



关注南通发布 APP

获取更多资讯内容

今起进入“全国两会时间”

十四届全国人大二次会议于3月5日在京开幕
全国政协十四届二次会议于3月4日在京开幕总书
记的
嘱托
激励
我
们

——来自全国两会代表委员的心声

一路向前

迎两会 启新程

全国政协委员施卫东：

把事业放在心上
把责任扛在肩上

“我准备了20余件提案和社情民意信息。对今年的全国两会，我充满期待！”上周，记者拨通全国政协委员、九三学社江苏省委会副主委施卫东的电话时，他正在打磨、完善提案内容。

2018年，施卫东当选为第十三届全国政协委员，去年又再次当选。多年来，施卫东一直牢记职责使命，累计提出92件提案，其中多件提案被相关部门采用。去年，他提交的《关于加强水利工程建设和管理，推动我国水利事业高质量发展的提案》，针对性地提出建立水利工程建设统筹协调机制、建设智慧水利工程、加大水利投融资制度建设等建议，受到社会各界高度关注，被全国政协评为2023年度“好提案”。

经济、科技、教育、民生、乡村振兴、医疗卫生……今年，施卫东依旧将目光投向各行各业的热点、痛点、难点。

“人才”是施卫东提案中的关键词，在《关于进一步优化营商环境、促进中小微科技型企业加快发展的提案》《关于推进集成电路产业公共服务平台市场化建设、实现高质量发展的提案》《关于提升产业集群人才供应链现代化水平的提案》等提案内容中被反复提及。

(下转A2版)



投稿信箱：ntrbjgj@163.com

85118888

身边新闻
扫码报料

海门山歌唱响南通开发区，通州群众家门口欣赏如东杂技……

文化走亲 越走越亲

新时代 新征程 新伟业

从百姓自导自演的“村晚”，到专业院团“送戏下乡”，再到邻县之间文艺“走亲串门”，这个龙年春节，通城“乡土味”愈演愈浓。

其中，由中共南通市委宣传部、南通市文化广电和旅游局主办，各县（市、区）委宣传部、各县（市、区）文化广电和旅游局承办的2024年全市国有文艺院团“贺新春·文化走亲”演出活动火热上演。文艺院团“交叉跑位”，到邻县（市、区）百姓家门口演出，在共享成果、增进情谊的同时，为当地老百姓带来别开生面的文化大餐。

百姓乐享文化盛宴

“山绿起来，人富起来，面朝大海中国春暖花开……”2月23日下午，在开场舞《美丽中国》激情四溢的感召下，不少家住南通开发区的市民走进开发区能达剧院，欣赏家门口的新春“好戏”——2024年全市国有文艺院团“贺新春·文化走亲”活动之海门山歌艺术剧院专场演出。

海门方言小品《范博士的春天》“有困难一起帮”，讲的是新时代乡村振兴故事；一曲山歌表演唱《海门有诗有远方》，展示的是海门独特的江海风光；经典海门山歌小戏《淘米记》，尽展非遗音韵美与乡间淳朴美……现场，观众专注于舞台上的表演，时而随之大笑，时而沉思品味，每到共情之处，掌声雷动，好不热闹。演出还通过“江苏公共文化云”平台在线同步直播，累计收看人数近2万人。

市民石先生回通过年，正巧赶上这场演出。他说：“之前只是知道海门山歌，这是第一次这么全面地看到表演。内容、形式安排得很丰富，我看得很开心。”

文化走亲，百姓乐迎。2月19日，如东县少年杂技团走上了通州百姓的舞台，带来精彩绝伦的杂技、魔术专场演出。通州区十总镇东场村的村民们早就在现场等候。尽管天气十分寒冷，但演员与村民双向奔赴，将氛围引至一个又一个燃点。

村民王阿姨感到格外惊喜，边看边用手机拍摄。“没想到如东就有这么厉害的杂技和魔术。我一直都在拍，回去要分享给家人。”

区域交流美美与共

政府搭台、院团唱戏、百姓受益。其实早从2009年起，“送

戏下乡”惠民演出活动便在全市各地陆续开展起来，主要形式是由各院团送演出到当地基层。“十多年来，它丰富了当地群众的业余文化生活，但老百姓一直看一个团，某种程度上会产生审美疲劳。”市文广旅局艺术处相关负责人说。

针对市民群众精神文化需求新变化，今年，在市委、市政府的关心指导下，市文广旅局组织全市国有文艺院团创新开展“文化走亲”系列演出活动，旨在构建“相助、相融、相亲”的艺术交流格局，充分展现各国有文艺院团的艺术特色，满足各地群众对不同艺术样式的观演需求。据统计，活动自2月15日至24日，共计13场，平均每场吸引线下观众1000人次。

“通过文化走亲，把各地特色文艺作品带到地域外的观众身边，让大家更好地了解南通的区域文化，这是非常有必要的。”通州歌舞团（通剧团）团长季新华认为。这趟“走亲”，通剧团先后来到如东县城中街道、海门区四甲镇，聚焦反诈、非遗以及精神文明宣传等内容，为当地百姓带来富有通州人文气息和鲜明时代特征的歌舞、器乐、戏曲等节目。

活动越来越多，形式越来越新，百姓生活越来越幸福，东场村村干部陈佳培对此深有体会。她说：“随着政府对公共文化事业的重视，更多优质文化产品送到百姓家门口。大家很喜欢，希望以后可以经常开展。”

文化走亲多彩待续

“这样的交流活动，也促进了院团的发展。各个院团非常重视，节目编排得井井有条，内容形式丰富多样，就演员而言，业务能力得到了锻炼和提升。”市文广旅局艺术处相关负责人告诉记者，为了保障各环节的顺利进行，主办方特别明确，活动期间，各院团到其他县区走亲，对方不用付任何费用，演出费由自家财政承担，“院团都回家结账，有效地解决了经费的矛盾问题，同时也为下一步大规模的‘文化走亲’做了很好的试验。”

以文惠民、以文兴业。近年来，我市以打造江海特色文化强市为目标，支持引导基层文艺院团在出戏、出人、出效益方面积极探索，形成了“一县一品”的生产格局。

(下转A2版)



我市12个劳务品牌已有7个成为省级品牌——

擦亮就业“金名片” 铸造致富“金钥匙”

新年开工以来，江苏恒科新材料有限公司的车间里，一派繁忙景象，“前两个

7个成为省级品牌，在赋能高质量充分就业中发挥着重要作用。

一县一品，培树优势品牌

劳务品牌是具有鲜明地域标记、显著行业特征、过硬技能特点和良好用户口碑的劳务标识，也是推动产业发展、推进乡村振兴、助力稳岗就业的有力支撑。早在10多年前，我市就形成了响彻中外的“南通建筑铁军”劳务品牌，2021年我市“如皋花木园艺师”“海门中南建筑工”两个劳务品牌，还走进了全国创业就业服务展。

2022年，省建设标准出台后，我市迅速拿出了市级劳务品牌评审工作方案及认定评分标准，建立了由人社部门牵头、各职能部门联审的劳务品牌评审工作机制。市

人社局按照“一县多品、多品共兴”总体思路，动员4个县（市）和2个涉农区结合市场需求，依托重点产业项目，立足本地特色资源，挖掘建设一批具有多元性和代表性的劳务品牌。对各地拟培育建设的劳务品牌，人社部门也从产业发展、带动就业、技能特色等方面帮助厘清思路，对遇到的问题及时给予指导。

截至目前，我市已培育打造了12个劳务品牌，其中，紧扣高端装备、新材料等战略性新兴产业和先进制造业集群，打造了南通中天电缆产业制造师、启东电动工具制造工匠、南通恒科智能纺丝工匠等7个中高端技能类劳务品牌；瞄准家政服务等急需紧缺现代服务业，聚力打造了高品质服务类劳务品牌启东市希望家政

师；开发非物质文化遗产，创新打造了文化旅游类劳务品牌如皋红木雕刻师；面向乡村振兴帮扶贫困人口就业增收打造了海安茧丝绸巧工匠、海门叠石桥家纺工匠等3个民生保障类劳务品牌。“海安茧丝绸巧工匠”劳务品牌形象代言人储呈平获评全国最具特色劳务品牌形象代言人，全省唯一。

夯实技能，促就业助增收

海安茧丝绸巧工匠、叠石桥家纺工匠……一个个耳熟能详的劳务品牌，不但引领着相关产业、产品、服务的体制升级，也成为我市拓展就业、助民增收致富的“助推器”。

(下转A3版)

南通名品加速出海中亚市场

11家通企参展乌兹别克斯坦展览会

■A2看南通·要闻

举报火灾隐患可获现金奖励

我市集中整治消防安全违法行为

■A3看南通·要闻