

以吃住行小切口服务大民生

□王孝誉 閻海霞

江海锐评

“吃住行”事关百姓民生,是影响百姓生活幸福的最直接因素。今年以来,崇川区以办好民生实事项目为契机,大力度推进“吃住行”配套建设,以配套升级促进百姓幸福升温。

近年来,我市通过城市更新改造,以“小切口”服务“大民生”,“微改造”推动“大变化”。里外焕新的家,门前新铺的路,街角遇见的绿,古韵与新貌相融共生的街道……处处可见的变化,刻写着增进民生福祉的努力。

习近平总书记强调:“中国式现代化,民生为大。党和政府的一切工作,都是为

了老百姓过上更加幸福的生活。”民生无小事,细微处更显功夫和成效。开办社区食堂,增设充电车棚,看似不起眼的平常小事,却是与群众息息相关的民生实事。“细枝末节”体现的是“民生为大”的丰富内涵和实践要求。

群众对幸福生活的愿望与期待是细微而具体的,增进民生福祉,不仅需要“大手笔”工程的“大写意”,更需要“小而美”项目的“工笔画”。办好民生实事,要因地制宜打造“小而美”民生项目,以“绣花功夫”落到民生之实,解决民生之急。从细微处入手解决百姓最直接最关心最切身的问题,让群众的操心事、烦心事变成放心事、暖心事,带给群众更多、更直接、更实在的美好生活体验,让愿景图变成惠民利民の実景图。

民之所盼,政之所向。抓改革、促发展,归根到底就是为了让人民群众过上更加美好的生活。民生是人民幸福之基、社会和谐之本,让人民群众有更多获得感、幸福感、安全感,是我们工作的出发点和落脚点。民生实惠多一点,群众幸福指数就高一点,群众就能够更加感受到党和政府的关心和温暖。行动是最好的宣言书,实干是最质朴的方法论。我们必须用心用情用力办好每一件民生实事,坚持尽力而为、量力而行,加强普惠性、基础性、兜底性民生建设,解决好人民最关心最直接最现实的利益问题,不断满足人民对美好生活的向往,让“微实事”办出“大民生”。

办好民生实事,要聚焦民意、贴近民生、合乎民心,由群众发现、群众发声、群众

选择。民生实事项目的实施,要从“政府配菜”向“群众点菜”转变,设身处地为群众着想,让决策部署措施符合群众的根本利益,这样才能赢得群众的支持和拥护。有些地方抓民生实事,工作没少做,但是因为群众参与度低,认同感不高,“政府买了单、群众不买账”的现象也时有发生。究其原因,是因为抓民生工作的方式方法,长期保持一种传统的自上而下模式,作为受惠主体的群众,事前不知、事中不晓、事后不觉,往往花费很多钱,却难买群众口中的一个好“好”字。因此,办好民生实事,要坚持走群众路线,从大处布局,从细处落实,在细节上不断改进,在服务上不断提升。坚持久久为功,补齐民生短板,兜牢民生底线,把惠民生、暖民心、顺民意的工作做到群众心坎上。

观点声音

当五星红旗在罗兰·加洛斯的红土场上高高飘扬,当百米“飞鱼”大战中国选手打破世界纪录夺冠……正在进行的巴黎奥运会上,中国运动员不但在传统优势项目中争金夺银,还在具有充分竞争属性的项目中创造历史。这些闪亮的中国新星,该如何驶入“恒星”的轨道,闪耀全世界? 冥冥之中,郑钦文和潘展乐这两位巴黎冉冉升起的新星,与姚明、李娜、刘翔、孙杨等曾经闪耀世界的“恒星”形成了跨时空的交集。业界和学界人士普遍认为,在我国目前体育体制与国际体育秩序的博弈中,要想成为闪耀国际体坛的“恒星”,有一些共性和普遍规律是值得研究的:首先,运动员在役期间具有统治力,能够持续稳定创造世界顶尖的成绩,偶尔有起伏可以接受。其次,运动员要有良好的社会形象和媒体认知度,有相对固定和庞大的受众群体,有开放的性格和能够融入全球的心态。再次,要有优质的团队作为后盾。理性应对迅速成名的社会环境,努力规避既往运动明星出现过的问题,应是题中之义。

——新华每日电讯《闪亮的新星,该如何驶入“恒星”轨道》

连日来,全国多地持续出现高温天气。“哪儿凉快哪儿待着去”,竟然成了热议的话题。武汉的网友反映,可以到离家最近的防空洞纳凉,“不开空调,里边19℃左右”;杭州的网友表示,不少地铁站都开辟了专门的纳凉区,“有椅子也有凉白开,空调吹着也很凉快”;上海的网友分享,可以去“博物馆、图书馆纳凉游”,“既新潮,又有文化”……将地铁站点、人防工程、文化场馆等转化为“公共纳凉点”,可以说这是城市为方便市民避暑开出的一剂“凉方”,体现了城市治理的灵活性,提升了公共资源的利用率。有网友直言“这样的城市很有人情味”。城市的公共服务,不是概念、噱头,每一个设施、每一项服务的细节,都关乎人民群众的幸福感、获得感。同样是人防工程“纳凉点”,重庆“纳”的是火锅、茶馆、大排档,“山城洞天”;武汉“纳”的是桌球、棋牌、剧本杀,“休闲娱乐”……因利乘便,管用结合,这样的便民举措越多,城市的“人情味”就越浓。

——新华网《这样的“纳凉点”,很有人情味》

大运河文化是中华优秀传统文化的重要组成部分,要在保护、传承、利用上下功夫,让古老大运河焕发时代新风貌。长远来看,应加快大运河相关法律法规的制定和完善工作,实现依法保护、传承、利用好运河资源。要融古贯今,激活优秀传统文化生命力,用好大运河文化符号和超级IP标识,让千年运河文化名片“靓”起来、文化遗产“活”起来、文化旅游“火”起来。找寻出一条遗址保护、展示利用与民生改善、城市发展相融合道路,把大运河打造成精美生态长廊、精致文化长廊、精彩旅游长廊,打造成具有时代特征、当地特色的景观河、生态河、人文河,让美好生活应“运”而生,让运河真正成为“人民的运河”“游客的运河”。比如,持续推进有水河段环境综合治理、提质增效,保持“长治久清”;继续开展运河沿线环境整治行动,再现“亲自然”风光;把泗县活水道存段打造为最美“城中河”,谱写水城相融、人水和谐幸福图景。牢牢把握长三角高质量一体化发展机遇,加强区域合作,做好协同创新文章,积极主动融入江苏、浙江大运河国家文化公园建设中去。加快建立长三角运河文化价值认同机制、文化资源整合开发机制和文化旅游协同工作机制,走好“扬长避短、错位发展”道路,最大限度释放联动、协同、聚合效应。

——光明日报《让古老大运河焕发时代新风貌》

材料均是单面打印,为了颜值非要彩印,较真字体字号动辄重打……据报道,部分单位在材料打印方面存在不同程度的浪费。有领导干部看着痛心,直言“就一个字用笔改下就行,小账也是账啊,这种钱乱花,别的钱也可能大手大脚”。厉行节约,反对浪费,这是我们党的老传统。借由节约型机关建设,很多单位已经养成绿色低碳的工作习惯。但上述案例提醒我们,明显的浪费行为大多被纠正,那些隐性浪费也当被看见。比如,没喝完的瓶装水在散会后被丢弃;下班后电脑、复印机、空调等不关机;没用过几次的水彩笔、没用掉几页的便签本到处扔……这些“滴滴”似乎单看都不值一提,但累积起来的损失不是小数目。艰苦奋斗是中华民族的家传家宝,我们党更是早就印发了《党政机关厉行节约反对浪费条例》,要求提高能源、水、办公设备、办公用品等的利用效率和效益;积极利用信息化手段,推行无纸化办公,减少一次性办公用品消耗。既然要过紧日子,精打细算就理应成为一种常态化的工作要求。这种要求不可能事无巨细,更多需要相关单位心中有数,拿出自己的节约方案。比如,细致统计办公用品消耗情况,根据具体需求不断优化预算;对各类支出动态追踪,树立起“花钱必问效、无效必问责”的规矩。

——北京日报《过紧日子更得多算“小账”》

把“理论大餐”做成“百姓家常菜”

□顾霁虹

近日,海安百人讲师团成员走进农家小院,用通俗易懂的语言为村民们讲述党的方针政策,进一步提升党课教育的覆盖面和影响力,让党的声音落“地”生根。

基层宣讲是打通党的创新理论传播“最后一公里”的重要渠道。让党的创新理论“飞入寻常百姓家”,需要我们不断创新方式方法,让群众坐得住、听得进、弄懂、记得牢,把基层宣讲阵地建设成为团结教育引导基层群众的精神家园,把“理论大餐”做成可口的“家常菜”。

“百姓家常菜”要有“烟火气”,符合百姓口味。基层理论宣讲,要与人民群众的生活实际紧密结合起来,积极回应基层所想、群众所惑、百姓所盼,讲出“百姓味道”“时代味道”。要将大道理融入小故事,既要讲如何推进中国式现代化的“大道理”,又要讲如何解决一家一户实际问题的“小道理”;既要聚焦发展新质生产力的大主题,又要聚焦关系群众柴米油盐、衣食住行的小话题;既要有关键权威的宣讲,又要有为不同受众量身打造的个性化宣讲。要紧扣老百姓关切点,析事明理、解疑释惑,让群众愿意听、听得懂、有收获。突出形势政策宣讲,契合广大群众对经济社会发展态势的关切,把党的创新理论宣讲与地方事业发展实践相结合,把来之不易、实实在在的发展成就展示给群众,把干事创业、开拓未来的信心和决心传递给群众。

基层理论宣讲,常常存在着“供与

求对接难,入耳易入心难”的问题。必须熟练掌握并灵活运用各种不同的“烹饪技法”,精准提炼宣讲内容,拓展宣讲方式,让基层理论宣讲有滋有味。在宣讲方法的选择上,突破传统局限,开拓思路和格局,将属于群众的理论用群众乐于接受的表达方式讲给群众听。把镜头对准群众,用沾泥土、冒热气的宣讲方式,把服务群众同教育引导群众结合起来,让群众在轻松愉快的氛围中接受理论熏陶。不搞“拼盘式”组合,不搞“一勺烩”“一锅煮”,针对不同群体推出菜单式宣讲,确保宣讲内容贴近不同受众的需求。运用互动式、讨论式、案例式的宣讲方式,通过“你惑我解”等互动环节,让群众参与其中、积极思考,实现双向交流,引起情感共鸣。

基层理论宣讲,就是要让党的理论与丰富生动的社会实践相结合。要持续运用党的创新理论剖析新现象、攻克新难题,让理论果实成为强化基层建设、推动社会发展的“营养餐”。紧盯群众最为关切的热难点问题,汲取“理论大餐”精髓,在乡村振兴、产业发展、基层治理等发展实践中检验学习成效。俗话说“五味调和百味香”,基层理论宣讲,要因地利制宜用好各类场地、激活各种资源,力求“色香味”俱全,让宣讲有声有色。把理论变成故事,用故事承载思想,以思想激发情怀,用群众听得懂的语言、身边的故事、生动的案例阐释党的创新理论,更好地将理论学习成果内化于心、外化于行。

激活夏日“夜经济” 激发消费新活力

□黄晓宇

炎炎夏日,酷暑难耐。待夜幕降临后,白昼的燥热逐渐褪去,璀璨的夏夜给人们带来了难得的清凉与舒适,夜游、夜食、夜购成为盛夏消暑的最佳选择,绘就夏日“夜经济”的美好图景。依托“夜经济”的各类新业态、新场景、新动能不断涌现,成为激发夏日消费的新活力。

培育“夜经济”新业态,解锁文旅融合新体验。面对日益多元的夜间消费需求,各地聚焦文旅深度融合,花样“上新”,推出数字化文旅、沉浸式体验、特色文化IP等多项夜游新业态。4日晚闭幕的第三届南通啤酒嘉年华,丰富了文旅产品供给和创新消费模式,进一步激活南通夏日文旅市场。上月,“夏日惠玩,南通等你”2024南通夏季文旅消费促进活动在探险王国创意街区举办,现场融合了“文旅+市集”“文旅+剧本杀”等多元形态,打造了沉浸式、多要素融合的文旅消费场景。多元发展的“夜经济”新业态,为市民和游客带来文旅融合的全新体验。

创设“夜生活”新场景,织就夜间休闲新空间。多地不断打造消费新场

景,“夜生活”丰富多彩。多地景区、体育场、博物馆等公共文体场馆延长开放时间,增加服务供给,拓展服务形式。在南通经济技术开发区,各大夜市商圈人潮涌动,红蓝闪烁的警灯和璀璨的霓虹灯交相辉映;在海安,“海安之夏”广场文艺演出被搬进了夏夜的商圈,广场演出“遇见”商圈夜市,碰撞出独属于夏夜的热烈。丰富的夜游新场景吸引人们夜赏、夜食、夜玩、夜购,夏日市场也随之火起来,热起来,旺起来。

释放“夜舞台”新动能,增添乡村夏夜新魅力。“夜经济”不是城市的“专利”,乡村“夜经济”方兴未艾。霞光渐褪,华灯初上,夏日乡村的夜晚不再单调乏味。“村超”足球赛,以赛促销带“燃”村集体经济;“村晚”大演出,繁星之下唱响乡村好声音;乡村夜市集,畅享特色农产品地道美味……多姿多彩的乡村之夜吸引了不少游客前来打卡游玩,感受夏夜的活力与激情。随着“夜舞台”新动能的不断释放,夏夜消费也随之“燃”起来了。“夜舞台”不仅点亮了乡村夏夜,也激活了乡村的“夜经济”,为乡村振兴赋能提速。



画中有话

炎炎夏日往往是儿童意外溺水事故的高发期。大家都要把及时消除安全隐患作为“分内事”,进一步筑牢保障未成年人生命安全的防线。

陈永高画

并非“管闲事”

自媒体赋能消费新场景,大有可为

□高方方

近日,“潮GO南通”短视频大赛正式启动。创作者聚焦主题,通过原创镜头全面展示南通火热消费场景和幸福生活点滴,旨在为市民游客提供娱、食、游、购的“潮GO”指南,进而提升南通商圈的美誉度和影响力。

全民小视频时代,人人都是自媒体。消费新场景展示,是对当下南通消费新业态、新模式、新产品的大力推介,对促进消费提质升级,更好满足人民高品质生活需求具有重要意义。本次“潮GO南通”短视频大赛参赛者需要带上话题@潮GO南通,并添加定位信息把参赛视频上传到抖音平台,评选结果将以活动期间抖音平台的点赞量、评论量、转发量作为重要指标。通过浏览发现,参赛者主要围绕地标

建筑、城市景观、特色美食、文体休闲等进行沉浸式打卡、个性化创作,吸引了大批本地市民和外地网友的围观评论,截至7月30日,视频播放量已达967万次,这为广大网友了解南通城市生活打开了一扇扇窗口。

自媒体以其随录随记的平台特性,灵活多样的制作形式,超越时间与空间的限制,成为网络世界一股不可或缺的力量。随着社会大众消费意愿和能力的逐步回升,自媒体助力打造消费新场景,切中当下社会需求的热点。活动将具象化的城市生活与全国各地的网友连接起来,有助于激活线下消费新活力,强化大众对城市形象的认知。值得注意的是,由于自媒体低门槛、广覆盖、高互动的特点,在短

视频创作中也存在内容质量参差不齐的问题,还需在作品的鲜活性、艺术性和可靠性上予以进一步引导。

在场景消费时代,内容品质是吸引消费者的基础。要瞄准人民日益增长的美好生活需求,持续放大城市细节与人文内涵,加大优质内容的供给,重点落脚在消费新场景的“新”上,主要围绕“内容产品新”“业态模式新”“消费体验新”,带领网友领略城市的烟火气。南通滨江临海,独具地域特色,如崇川文旅生活show、啤酒嘉年华等,让夏日氛围更加浓厚,值得大力推介。

在内容创作同质化的赛道上,体现差异化是消除审美疲劳的利器。要以域内受众为主要目标,充分利用地域资源和文化资源,打造易亲近、可参与、重体

验、便共享的创作生态。南通有着“中国近代第一城”“中国最大的家纺基地”“长寿之乡”等美誉。比如以张謇故居为代表的历史遗存,以南通博物院为代表的文博馆群,以江风海韵为特色的饮食文化等,自是不可多得的题材。

越是流量集中的地方,越需要有效管理,需要政府、平台和大众同向发力。要有相应的法规和政策,规范创作者的基本行为。要加强内容审核,用算法程序辅助人工审核,筛选出真正的好作品。还要完善反馈机制,通过大众监督,确保创作内容的真实性。只有通过有效约束,对过度蹭热点、过度娱乐化等负面行为进行纠偏,才能真正激发自媒体赋能消费新场景的潜力,进而助推城市焕发更多消费活力。

