

为基层减负,需久久为功不放松

□缪华

近日,我市召开三季度市级层面整治形式主义为基层减负专项工作机制会议,传达学习中央、省级层面专项工作机制会议精神和市委常委会会议要求,研究部署《整治形式主义为基层减负若干规定》贯彻落实工作。

基层是贯彻落实党中央决策部署的“最后一公里”。基层是国家治理的最末端、服务群众的最前沿,各类矛盾问题往往较为复杂。新时代以来,基层工作出现许多新特点新变化,工作对象更加多元、工作内容更加多样、工作环境更加复杂、工作要求更加务实。需要基层在提高服务群众的能力和水平上下功夫,用心用情用力确保服务群众各项工作做深做细做到位,推进党在基层的执政基础更加牢固,广大党员干部服务群众的效果更加扎实、成色更加鲜明,不断提升人民群众

的获得感和满意度。因此,要把基层干事创业的手脚从形式主义的桎梏中解脱出来。党的二十届三中全会提出,要健全为基层减负长效机制,释放了以改革精神破除顽瘴痼疾的强烈信号,也是集中精力抓改革、促发展、优服务的一道“政治必答题”。

当前很多给基层造成负担的形式主义问题还是源于工作“简单机械”。抓工作习惯性依赖开会、发文、督查检查考核“三板斧”,过于僵化,缺乏温度。有的对上级政策研究不深不透,或直接转发给下级,导致基层“消化不良”、茫然无措,或不充分结合实际仓促出台落实举措,基层被折腾,做了大量无用功。有的以“属地管理”为由,将责任全压到乡镇一级,放责不放权、放责不没人,把基层变为“全能政府”和“无限责任”,基层被迫应对大量本

属上级部门的行政事务。层层加码的现象在不同程度依然存在。有些部门片面强调自身工作特殊性,不顾基层实际向下压责任、压任务。

整治形式主义为基层减负需要以结果为导向,以实效为标尺。针对基层被督查检查考核催得疲于奔命的症结,需要聚焦重拳纠治和长效长治,靶向施治和系统施策、松绑减负和赋能提效的有机统一,让基层同志有更多精力可以用来琢磨怎么解决具体问题。要围绕基层反映突出的作风问题,深入查找短板和薄弱环节,下功夫减量提质、减痕提效,重点解决文件“改头换面”、会议“隐形变异”、督查检查“明减暗增”等一大批基层反映强烈的形式主义问题。要始终以基层干部群众“有所感”“真正变”为目标,对文山会海屡禁不止、工作任务层层加码、“手机绑架”日益突出、过度强调“痕

迹管理”等方面的共性问题进行集中整治,扎实推动减负工作取得实效,让减负成果更好惠及基层。

整治形式主义为基层减负需要久久为功持续不放松。要制定更加明晰的工作标准,持续保持精简文会、统筹督查检查考核等刚性约束,根据工作进展更新减负负面清单,理清工作底线和红线;持续推动完善基层权责相匹配的管理体制,建立各级政府和部门的权责清单,厘清权责边界,推动基层治理更加科学有效;进一步完善关心关爱干部的体制机制,拓宽基层人才的上升渠道,推动财力保障和福利待遇向基层倾斜,推出一批落实“三个区分开来”的典型指导案例;建立长效机制,构建减负工作常态化治理格局。当然在政策宣传引导上要注重思想纠偏,进一步营造“减负不是减担当减责任”的氛围,确保减负工作沿着正确轨道前行。

点燃城市活力,让赛事流量变消费增量

□王孝誉

近日,四季度我市大型体育赛事活动安排出炉。从10月开始,市体育局将组织众多体育活动和赛事,足球赛、篮球赛、武术赛、马拉松、公路自行车赛……精彩纷呈,好戏连连。

今年以来,我市文旅系统持续打造“江海有情,南通有诗”文旅品牌,扩大“南通好玩”城市名片知名度和影响力。上半年,全市共接待游客3962.71万人次,实现旅游总收入478.21亿元,分别增长27.7%和23.9%,高于全省9个、9.8个百分点。

作为2024南通江海国际文化旅游节重要组成部分的体育赛事,将促进体育与文旅深度融合,吸引更多消费者,跟着赛事游南通。在“赛事+美景”中提升消费者的参与感和体验感,增强消费意愿,释放消费潜力,从而将赛事流量变成消费增量。

当前,体育赛事已经成为促进社会消费、提升城市形象的重要抓手。场面火热的现场盛况,可以看到体育赛事强劲的“流量”吸引力。举办一项赛事需要投入大量人力物力,如果仅仅只是赢得“一场热闹”,这样的“成绩”显然不够。要以赛事为主线吸引八方游客,拉动交通、旅游、餐饮、住宿等相关行业发展,将活动的流量变成消费的增量,这才是赛事举办更为看重的效果。以国内部分城市为例。在今年3月举办的无锡马拉松,吸引26.6万人报名,共有3.3万人参赛,带动功能效益2.83亿元。在7月举办的天津第六届活力河西·哪吒文化体育嘉年华,八项体育赛事吸引超6000人参加,10项文娛活动吸引近4万人参与;活动举办期间,天津万象城商圈零售额达2.5亿元,同比增长9.3%,客流

量达到114万人次,同比增长14.8%。在四川宜宾高县,一场球赛“燃动”一座城。9天时间46场篮球比赛,吸引3万余人次观赛。场内,呐喊声和欢呼声不断;场外,各大酒店爆满,餐饮、购物、娱乐、旅游等消费快速增长。贵州台江县台盘村依托浓厚的篮球文化氛围,通过举办“村BA”球赛活动,带火当地特色旅游,带动文化、经济协同发展。

推动从“流量”到“增量”的转化,不能只着眼于赛事本身,必须把赛事活动纳入文旅融合发展大格局进行考量和谋划,拓展消费场景。打造“赛事+”模式,将体育赛事与景区、街区、商圈相结合,通过赛事目录发布、文旅线路推荐、消费场景打造、文旅景点体验等配套活动,加强体育赛事“人流”向文旅消费“客流”的转化,从而促进消费动能持续释放。

实现从“流量”到“增量”的转化,需

要结合赛事项目特点,通过联动区域旅游、文化、美食、特色产业等资源,丰富消费产品供给。积极开展地方传统特色赛事活动,形成“一地一品牌、一地一特色”的群众性体育赛事格局,构建不同层次、不同水平、不同规模的赛事活动体系。挖掘本地民俗风情、历史文化,围绕“吃、住、行、游、娱、购”等要素,因地制宜、因时制宜、因需制宜,开发有新意、有创意的融合产品,丰富多元业态,提供更多选择,回应赛事观众的消费需求,培育新的消费增长点。

当下,“跟着赛事去旅行”已渐成风潮。与赛同游,体育牵引、文化赋能、旅游带动,通过多场景布局、多业态融合、多产品供给、高品质服务,一定会让赛事经济更“火”,文旅消费更“旺”,让城市在“卡路里”的燃烧中真正“活”起来、动起来,为经济社会发展注入更多能量。

有话直说

写好老街“唤醒”与“焕新”大文章

□政青

近年来,崇川区对丁古角北入口广场以及仓巷、水利巷、小保家巷“三巷”实施提档改造,为南大街商圈增色不少。今年又将南大街沿街的单位建筑外立面纳入改造范围。

一砖一瓦一故事,一街一巷一情怀。老街区是我们宝贵的历史文化遗产,南大街商圈是主城区历史悠久、业态丰富、特色鲜明的商业区。寺街、西南营历史文化街区是南通历史文化积淀最为深厚的街区,是城市的根脉所在。老街也是读懂一座城最鲜活的一页。车水马龙、迎来送往,静静矗立的老街不仅是城市文化“摆出来”的平台,也是城市文化“走出去”的窗口。

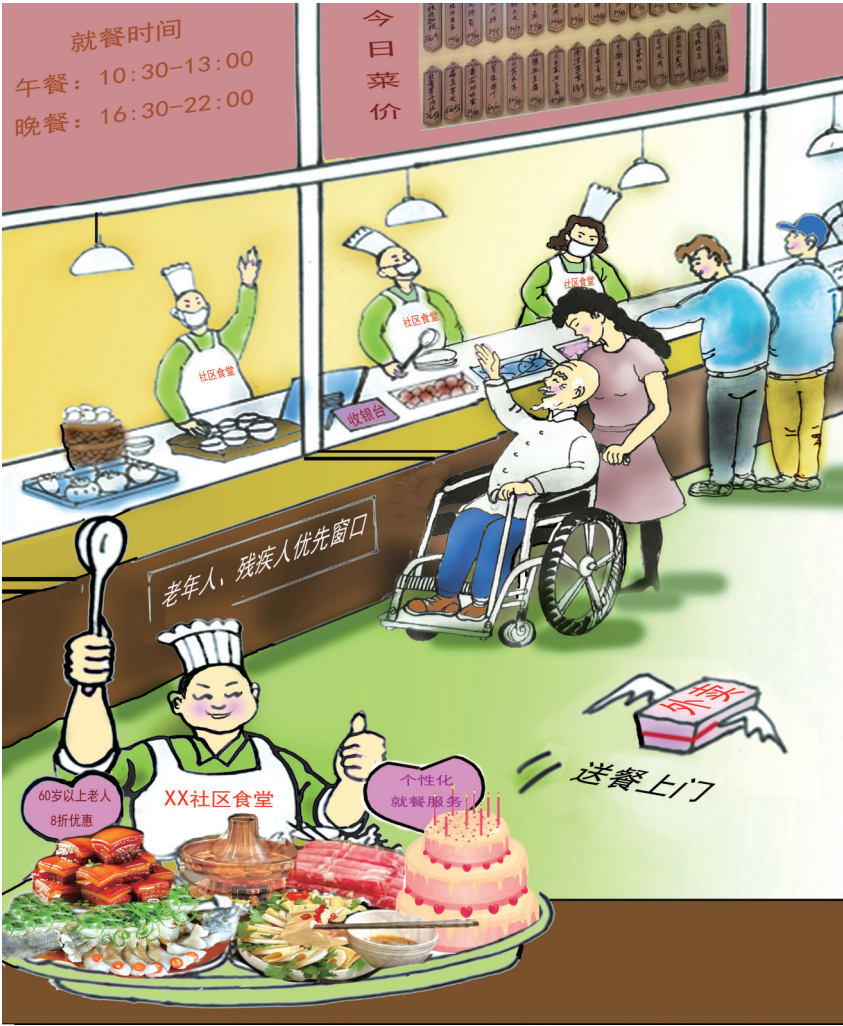
作为“南通好玩”的重要载体,如何让老街区“焕新”“出新”,是一篇需要写好的大文章。让老街区活起来、旺起来,其关键就在于“老”与“新”有机结合,既要保护好历史街区风貌,延续城市文脉;又要不断吸收新生态,保持新鲜活力。既不能让老街、老宅残破不堪、无人问津;也不能过度商业开发,让其失去“老”的风貌与韵味。如何实现“老屋新用、老店新开、老街新韵”,考验着城市管理者的智慧与修为。

实现“老”与“新”有机结合的“小切口”,是“微改造”。摒弃大拆大建、系统重装,在保护、修缮、改造

和运营各环节下好“绣花”功夫。而“微改造”背后,是“大视野”和“精提升”。“大视野”是在保留历史风貌的基础上研究适宜的空间布局、业态引导和功能设置,让老街展新颜,赶上新潮流。“精提升”则是要练就一套“绣花”针法,精准运用城市微更新的方式妙笔生花、锦上添花,延续原有的街巷肌理,回归原汁原味的“生活态”,真正做到持续为居民群众美好生活赋能。

从更深层次来看,老街之“新”,还应该包含着新质生产力之“新”。寺街、西南营等历史文化街区,经过科学合理更新,完全可以成为时下颇受“城市漫步者”追捧的旅游休闲街区。近年来,国内一批旅游休闲街区涌现出了众多科技创新驱动的新产品、新业态,包括智慧旅游沉浸式体验新空间、文旅元宇宙、沉浸式演艺、数字艺术、科技文创、光影夜游等。科技赋能推动文旅产业创新,推动城市文旅业态升级,在旅游休闲街区里得到了全面的体现。“活”出新姿态的老街,完全有可能成为发展城市文旅新质生产力的新场域。

一条老街,承载着一个地方的文化记忆,折射一座城市的发展进程。让生活在这里的人感到幸福,让工作在这里的人收获成就,让旅游到这里的人产生共情,老街的古韵在时代潮流中必将焕发更璀璨的光芒。



社区食堂 吃出“幸福滋味”

近日,南通唐闸镇街道首家社区食堂挂牌营业。除菜品多样、经济实惠外,还对老人就餐八折优惠、提供个性化服务,并提供外卖,让居民在家门口也能吃出“幸福滋味”。
阮海麟画

以旅居养老服务托起幸福夕阳红

□陈海燕

热点快评

为推动长三角旅居养老一体化发展,让老年人方便快捷地找到承接旅居养老的机构,近日,经上海市民政局、江苏省、浙江省、安徽省民政厅共同推荐,确定300个长三角旅居养老地和100个长三角健康养老目的地。其中,我市多地入选,南通市北护理院、南通市海门区中丞护理院有限公司等12家单位入选2024长三角旅居养老地名单,启东江海湾旅游度假区等3家单位入选长三角健康养老目的地。

旅居养老是一种结合了旅游和养老的生活方式。老年人可以在不同的季节和气候条件下,选择不同的地方居住,以此享受不同地区的自然风光、

文化特色和生活节奏。这种养老模式不仅能够丰富老年人的生活体验,还能提供身心放松的环境,有助于调节心情和提高生活质量。

截至2022年年底,长三角三省一市老年人口共计4789万,占户籍总人口的22.2%。近年来,三省一市建立区域协调合作机制,培育异地养老新模式,今年5月28日,由上海市养老服务行业协会牵头,江苏、浙江、安徽三省养老协会共同参与的长三角旅居养老联盟成立,以标准化引领、产业链规划、市场化运作,系统推进长三角区域旅居养老产业一体化高质量发展。如今,在长三角区域内,不少老年人都开始选择旅居养老。这些老年人更加注重生活品质,他们跨越、跨省寻找“诗与远方”,期望活出健康、活出乐趣。南通是知名的长寿之乡,百岁老

人逾千人,90岁以上老人逾4万人。“七普”数据显示,我市60周岁以上老年人口231.87万,占常住人口的30.01%。同时,我市具有丰富的旅游生态资源和深厚的文化底蕴,旅游业呈现积极的发展态势,应抓住康养旅居这个在老龄化加速和文旅消费升级双重趋势推动下的产业机遇,实现康养文旅产业跃升式大发展。

优化环境设施,提升服务质量。选择环境优美、气候宜人的地区作为旅居养老的目的地,建立和完善适合老年人居住的服务设施,包括医疗、康复、娱乐等配套设施。加强交通等公共服务设施建设,提高旅居养老的便利性和吸引力。提供专业化、个性化的服务,根据老年人的健康状况和需求,制定差异化的服务方案。加强服务人员的培训,提升服务水平,确保老年人能够获得高质量

的旅居养老体验。

丰富产品类型,满足多种需求。结合自然风光、文化体验、医疗康养等元素,提供全年游产品和特色康养服务,开发多样化的旅居养老产品,为老年人提供更加优质、多样化的养老选择,满足不同老年人的需求。同时,借助旅居养老这根线,发展“老小”游、家庭游、怀旧游、养生游,通过有效的营销推广,提高南通旅居养老的知名度和吸引力。

发挥比较优势,加强区域合作与协同。利用互联网和社交媒体平台,宣传我市旅居养老的优势和成功案例,吸引更多老年人选择来南通旅居养老。加强政府、企业和社会组织的多方合作,共同推进旅居养老产业的发展。以旅居养老为牵引,撬动健康养老、智慧养老、养老金融等产业协同发展,优化组合传统要素,打造高附加值的新业态,形成养老领域的新质生产力。

观点声音

前几天,南开大学校园,首任校长张伯苓1935年提出的“爱国三问”再次响起。“你是中国人吗?”“是!”“你爱中国吗?”“爱!”“你愿意中国好吗?”“愿意!愿祖国繁荣富强!”问得深沉,答得坚定,铿锵之声,久久回荡,引发网友共鸣。从风雨如磐走到阳光灿烂,中国早已今非昔比。但历史深处的发问和呐喊,仍能穿越时空,在人们心中掀起巨大波澜。习近平总书记指出,“爱国,是人间最深层、最持久的情感”。对于中国人来说,爱国不关身份、无需理由,与生俱来、历久弥新。深沉的爱,总是源于理性的认知。近年来,人们欣喜地发现,正能量更强劲,主旋律更高昂。从《觉醒年代》《长津湖》《山海情》等主流影视作品的成功,到《这就是中国》《领风者》等一批脱口秀、动漫作品的走红,再到马克思主义经典著作在年轻人中流行起来……文化现象折射精神风貌,也反映思想认知。今天,人们热爱祖国,也对国家的历史,以及在历史演进中选择的道路,有了更为深刻的理解、更加坚定的信心。这种由感性与理性交织而成的爱国情、认同感,更加炽热、更深刻。当穿汉服的年轻人从容走在熙熙攘攘的街头,当博物馆门前排起长龙,当越来越多孩子爱上书法、戏曲、民乐、国棋,当一款以《西游记》为背景设定的国产游戏成为爆款——国潮成风,中华优秀传统文化融入了当代生活。越爱国,越开放;越开放,越爱国。胸怀天下是我们党百年奋斗的一条重要历史经验;构建人类命运共同体,是中国对世界和平与发展的大势作出处理当代国际关系的中国智慧;我们在经济全球化浪潮中发展自己,也造福世界。爱国,不需要理由,但必须实干。平凡铸就伟大,英雄来自人民。即便如无双国士,也是集腋成裘,一輩子做一件事,做到极致。爱国不一定轰轰烈烈,也未必惊天动地,但要在时代洪流中,辨清前进的方向;在爬坡过坎中,彰显应有的担当。一代代人接续奋斗,才换来欣欣向荣的中国,我们要跑好属于我们这一代人的接力棒。把真挚的爱国情转化为勇敢前行的力量,就没有抵达不了的远方,就没有实现不了的梦想。

——人民日报《爱国,是人间最深层、最持久的情感》

9月30日是第十一个烈士纪念日。上午,党和国家领导人同各界代表一起,在天安门广场向人民英雄敬献花篮,瞻仰人民英雄纪念碑。英雄,不会被忘记!共和国生日来临之际,以国之名,向烈士致敬!青山埋忠骨,山河念英魂。就在前几天,中国工农红军高级指挥员、军事家黄公略烈士的遗骸,历经93年的风雨沧桑,在江西吉安革命烈士陵园隆重安葬。而近年来,抗美援朝烈士遗骸陆续归国,各地帮助数千名烈士寻亲成功,以及日前公布的修订后的《烈士褒扬条例》等等,这些举措无不体现了国家对烈士的尊重和缅怀,还有社会对英雄精神的崇尚和传承。当不幸牺牲、忠骨流离到魂归故里……这些词背后,隐藏着一段段悲壮而感人的历史。“英雄是民族最闪亮的坐标”,正是无数先烈浴血奋战、视死如归,才有了新中国的诞生,才有了如今的烟火寻常、山河无恙。回望历史长河,那些为国家、为民族英勇斗争、无私奉献的英雄们,如同璀璨的星辰,照亮了中华民族前行的道路。奋斗没有终点。告慰英烈,激励后人,在强国建设、民族复兴的新征程上奋力拼搏前行,就是最好的纪念。

——新华网《英雄,照亮民族前行路》

基层干部是党和国家干部队伍的基础,是做好基层工作的骨干力量。基层干部要以勤务公法、实干为本、自律为要,全面贯彻落实党的路线、方针、政策的“最后一公里”,守好服务群众的“最前线”。基层干部要以勤务公法。基层工作千头万绪、繁重复杂,这就要求广大基层干部要立足本职、埋头苦干,坚决向靠靠被动、畏难不动、迟缓行动等不良习惯说“不”。从自身做起,从点滴做起,勤动脑,勤动腿,提升干事创业的本领。要想成就事业,就必须克服惰性,养成勤勤做做事的习惯。基层干部要以实干为本。要坚持真抓实干,破虚立实,一件实事一件实事地办,一项工作一项工作地抓。坚持真干才能真出业绩、出真业绩的行动准则。聚焦衣食住行、教保医等重点工作领域,“身入”基层,扎实开展走访调研,面对面听取诉求,不断吸纳创新金点子、解锁发展新路子,擦亮社区工作者金字招牌。基层干部要以自律为要。在工作中不能投机取巧。没有规矩不成方圆,不按制度办事就会程序紊乱,无章可循。工作或办事要讲规则、重流程、求实效。坚持用纪律约束自己的一言一行,时刻保持头脑清醒,自架“高压线”,自觉“正衣冠”,自念“紧箍咒”,耐得住寂寞冷清、顶得住歪风邪气、管得住自身言行,勤掸“思想尘”,常敲“自警钟”。基层党员干部必须急群众所急,盼群众所盼,出行动、见真章,让“马上就办、真抓实干”蔚然成风。

——人民网《念好基层干部的“为民经”》

“同学,如果你目前正遇难关,可到此窗口先吃,待经济情况好转再付,我愿意替你父母照顾孩子,相信一切都会好的,我们一起加油!”9月初开学季,安庆师范大学校园一处食堂外张贴了一条温情告示。据《中国青年报》报道,9月26日,有同学将安庆师范食堂的告示拍下发至抖音平台,一经发布,获得广大网友点赞。一位点赞近4万的评论说:“好的学校不用宣传,学生自己会给你宣传”。一位网友留言道:“我觉得一所好的大学,不能只局限于科研水平和教师的教书水平,还要有足够的人文关怀。”“我们不会让任何一个学生饿着肚子去上课”。在谈及为何提供“先食后付”服务时,该校龙湖食堂餐饮负责人廖兵兵如是说:“先食后付”,不是吃完付款,而是先记账,日后有钱再付。学校食堂设立专门的窗口,给有临时困难的学生提供“先食后付”就餐绿色通道,虽然只是一个小举措,却令学生感到温暖。学生和舆论对学校此举一致点赞表明,大学应该追求人性化的管理,多一些人文关怀。近年来,高校在帮困助学方面,已有不少人性化实践。比如,利用大数据,对学生在学校食堂的消费情况进行分析,筛查出消费额低的贫困学生,“悄悄”地给他们的饭卡打钱。这既保护贫困学生隐私,又让帮困在“不动声色”中做到精准,受到学生和舆论好评。当然,也有人担心,“先食后付”,会不会让有的学生“习惯”在食堂吃饭“打白条”“赊账”,而把家长给的生活费用于其他开销,这不利于培养学生良好的消费习惯。对此,学校食堂不妨进一步完善对“先食后付”的管理,如对学生“先食后付”的情况进行统计,是偶尔“先食后付”,还是经常、长期“先食后付”。对于经常、长期“先食后付”的学生,则要进一步了解其家庭经济情况。如果“先食后付”是因为家庭经济困难,学校应该给予其困难补助金,免除所欠饭费;如果是因为学生缺乏理财规划,存在其他方面过度消费、超前消费,则要加强对学生的理财教育,引导他们合理消费。

——羊城晚报《困难大学生“先食后付”可以多一些这样的人性化措施》

提到“预制”一词,相信大家最为熟悉的的就是“预制菜”了。近日,“出去玩一次发一个月”“6小时1536张照片7天朋友圈直接拿捏”等词条成为新的热点。简而言之,“预制朋友圈”就是提前拍摄并准备好的朋友圈内容,分批次在特定时间发布。那么是什么原因促使“预制朋友圈”这类现象出现的呢?在探讨“预制朋友圈”现象的过程中,我们不可避免触及当代社交媒体使用习惯的核心议题——真实性的丧失与自我呈现的标准化。从个人层面来看,基于每个人对自身个性、生活状态展示的渴望与压缩生活模式化、同质化之间的矛盾,“预制朋友圈”在较短的时间内,以压缩自己生活的体验感为代价,制造出大量自由随性的假象,满足了个体展示自己的需要。其次,此类行为是出于“社会比较”心理,笔者认为可以用这样一句话来形容,即“想要活成别人羡慕的样子”。从社会层面来看,随着互联网以及社交媒体普及,朋友圈成为个人形象塑造、情感表达、观点输出的平台,并且当前人们普遍面临学习、就业等各方面的重压,缺乏足够的时间和精力创作高质量的朋友圈内容,“预制朋友圈”提供了一种所谓“便捷”的方式来分享生活点滴,减轻了个体在内容创作上的负担。朋友圈本是我们记录生活、表达真实自我的渠道,如今“预制朋友圈”等不真实的内容逐渐占领我们的微信,侵占了我们向外输出自我、向内审视自我的通道。一天时间,四五十套衣服,不同的妆容,镜头前的光鲜亮丽,匆忙的“暴走式”拍摄,被贴上“一生只出片”的标签。这似乎说明:当代部分青年群体正追求着在他人眼中幸福的自己,而忽视了享受生活本身。一日的奔波劳累只是为了朋友圈里那个光彩夺目的瞬间,却忽略了手机屏幕之后、修图的数据下满眼疲惫、漫无目的的自己。他人眼中的艳羡并不能真正充盈我们空虚的心灵,我们需要沉淀,真正走进生活,感受浩气磅礴的名山大川,感受厚重斑驳的城墙古镇,感受各式各样的风土人情……将所见所闻内化为所感所悟,而非只是展现为浮于表面、模式化的“精致生活”。在信息化、快节奏的时代里,我们更应该不忘初心,寻找回归真诚与个性化表达的道路,重拾那份对真实生活的热爱与向往。将生活精心烹饪,制作成一道道饱含热情与蓬勃生命力的珍馐佳肴。

——红网《朋友圈可预制,生活能吗?》