

精准施策 解锁人才“留”量密码

□黄红梅

江海锐评

近日,通州湾示范区推出“才聚蓝湾 悦享生活”人才服务品牌活动,面向示范区人才发放总额200万元的消费券,涵盖住宿、消费、文化、娱乐等领域,以实实在在的福利提升人才获得感。

无论是设定“南通人才日”,还是推出向人才发放消费券的政策举措,都能看出我市对高质量人才队伍建设的重视。城市的竞争归根结底是人才的竞争。当前,我市正处于跨越发展的关键时期,做好人才工作是实现高质量发展的核心驱动力。

立足南通产业特色与发展规划,精准梳理人才需求。我市船舶海工产业底蕴深厚,正朝着高端化、智能化迈

进,急需船舶设计、智能制造、海洋工程装备研发等领域的专业人才;高端纺织产业要实现转型升级,面料创新设计、数字化管理、品牌营销等方面的人才不可或缺;新能源产业蓬勃发展,吸引光伏、风电技术研发、储能系统研究等相关人才迫在眉睫。因此,应通过深入调研产业现状与未来趋势,建立动态的人才需求目录,使人才工作有的放矢,确保引进、培养的人才与产业发展同频共振。

完善人才政策体系是吸引人才的关键。在引进政策上,提高政策的含金量与吸引力,构筑人才引力强磁场。对于高端领军人才,提供高额科研启动资金、购房补贴、子女入学优质资源保障等优厚待遇;对于青年人才,设立专门的人才公寓,给予租房补贴,在落户政策上进一步简化流程、降低门槛。在人才培养政策方面,加大对我市本地高校、职业院校的投入,鼓励

院校与企业开展产学研合作,共同制定人才培养方案,开设符合南通产业需求的特色专业课程,实现人才培养与企业需求的无缝对接。同时,建立人才奖励机制,对在科技创新、产业发展中作出突出贡献的人才给予表彰与物质奖励,激发人才创新创业的积极性。

搭建平台,拓宽人才发展广阔天地。一方面,强化产业平台建设。依托我市的各类开发区、产业园区,打造一批具有竞争力的产业创新平台,如国家级高新技术产业开发区、省级海洋经济示范区等,吸引高端项目入驻,为人才提供施展才华的舞台。鼓励企业建立院士工作站、博士后科研工作站、企业技术中心等研发机构,开展前沿技术研究与关键技术攻关,让人才在实际项目中提升能力、实现价值。另一方面,搭建交流合作平台。定期举办国际人才交流大会、高端学术论坛、创新创业大赛等活动,为人才提供与国内外同行交流合作

的机会,拓宽人才视野,促进知识与技术的共享、碰撞,激发创新灵感。

良好的城市环境是留住人才的重要因素。《2024年中国人才友好型城市研究报告》显示,南通入选“2024人才友好型城市”及“2024最具吸引力城市”前50强。让城市与人才“双向奔赴”,就需要在硬件环境上,持续完善城市基础设施建设,提升交通、医疗、教育等公共服务水平。加快城市轨道交通建设,改善交通拥堵状况;引入优质医疗资源,提升医疗服务质量;加强教育资源投入,打造一批优质中小学,为人才子女提供良好的教育条件。在软件环境上,营造尊重人才、鼓励创新、宽容失败的社会氛围。加强知识产权保护,维护人才的创新成果;简化行政审批流程,为人才创新创业提供便捷高效的服务;积极宣传优秀人才的典型事迹,增强人才的荣誉感与归属感,让人才在南通安心工作、舒心生活、潜心发展。

让预制菜成为百姓厨房的“放心菜”

□施倩

预制菜产业的蓬勃发展,为快节奏的现代生活提供了便捷的饮食方案,也为餐饮企业降本增效创造了机遇。然而,在市场热度攀升的同时,消费者对于预制菜的疑虑并未完全消散。添加剂是否安全?食材来源是否可靠?口感能否媲美“现制”?这些疑问,如同“看不见的后厨”,一度成为预制菜被妖魔化的根源。要让预制菜真正走进百姓厨房,赢得消费者的信任,品质和信任缺一不可。

近日,南通市市场监督管理局主动搭建企业与消费者的沟通桥梁,举办“走进预制菜企业,探寻舌尖新奥秘”主题参观活动,无疑是一次积极的尝试。

通过透明化展示生产流程,让消费者从“神秘想象”走向“眼见为实”,有助于重塑消费认知,消除不必要的疑虑。正如某参观者所言:“没想到预制菜的生产这么卫生规范,彻底改变了我的看法!”

预制菜的兴起,契合了现代社会的需求,但追求便捷并不意味着对品质妥协。保障消费者权益,满足人民对美好生活“舌尖上的期待”,是预制菜产业健康长远发展的前提。企业必须坚守“品质是生命线”的理念,在效率与安全、便捷与健康之间找到最佳平衡点。绝不能让行业因短期逐利行为而损伤长远根基,更不能让“秘而不宣”的预制菜,侵犯消费者的知情权。

未来之路,在于共筑“标准”与“规范”,需要政府、企业、社会协同发力,共同烹制一份高质量的“品质答卷”。一方面,企业勇担主体责任,视质量安全为主臬,从田间到餐桌建立全链条追溯体系,让生产过程可查询、产品质量可信赖。这不仅是企业赢得市场信任的基石,也是其履行社会责任的体现。另一方面,科技创新持续赋能,聚焦锁鲜技术、营养保持、风味还原等关键环节,研发更多健康、美味、多元的预制菜品,满足消费者不断升级的需求。只有不断提升产品品质,才能赢得消费者的长期青睐。与此同时,政府监管服务要精准有效。既要“严”字

当头,以“零容忍”态度打击违法违规行为,守牢安全底线,也要疏堵结合,完善标准体系,试点推广“预制菜使用公示”等制度,保障消费者知情权与选择权。更要以开放心态引导行业交流互鉴,促进行业自律与健康发展。

预制菜要真正兴起,不仅是技术的革新,更是理念的升级,是传统烹饪智慧与现代食品工业的深度融合。唯有以品质为核心,以标准为规尺,以信任为桥梁,让监管“长牙齿”,让企业负责任,让消费更透明,才能共同推动预制菜产业驶入高质量发展的快车道,使其真正成为满足多元化需求、值得信赖的“舌尖上的新选择”,让预制菜真正成为百姓厨房里的“放心菜”。

重构老龄社会的“价值坐标”

□李晓卫

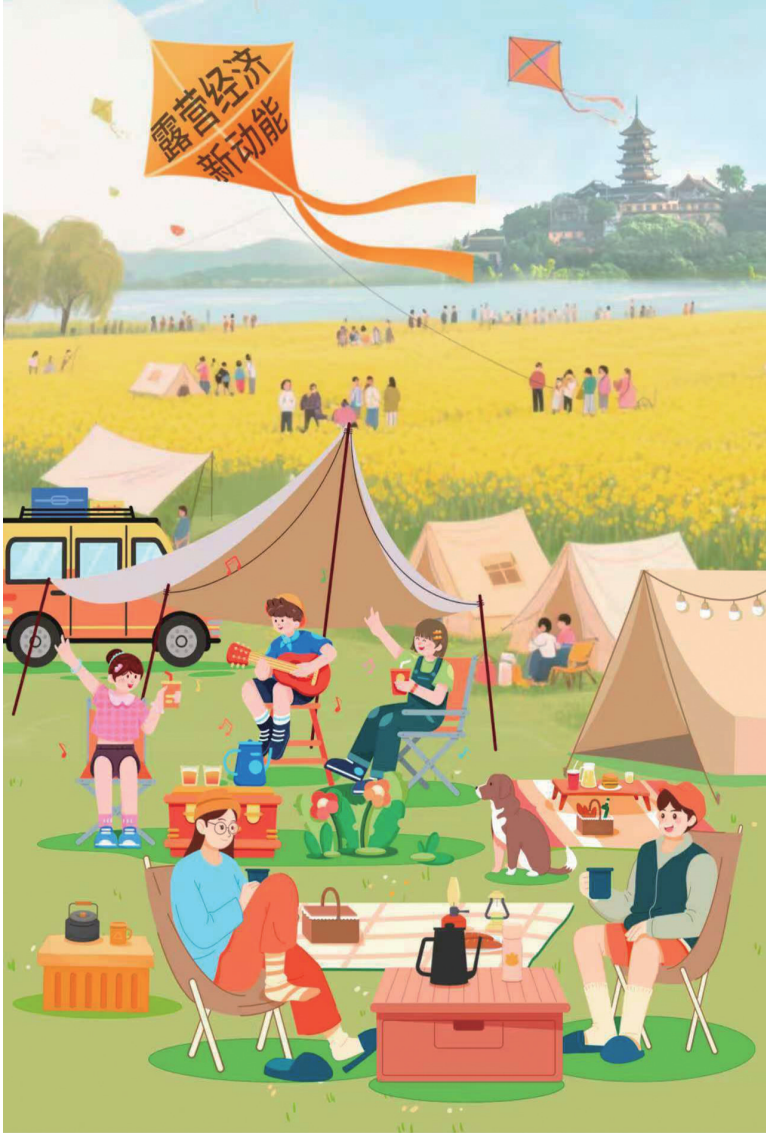
为激发老年朋友学习AI知识与技能的热情,近日,我市推出“AI技能游学班”,让老年群体的知识资产通过数字技术重新流通,达到“经验变现”。

传统“老有所养”模式,重于基本生存需求,老年人更多处于被动接受服务的状态。AI浪潮,不仅为破解老龄化困局提供了新的思维范式,也为老年人“老有所为”打开了一扇新的大门。老年人从寻求安逸的“退休生活”转向追求价值实现的人生新阶段。以“老有所为”续写人生华章,从“被动养老”到“主动赋能”,重构老龄社会的价值坐标。

政策迭代,从“兜底保障”到“价值赋能”。从“保障”到“赋能”,不仅是政策目标的升级,更是社会治理理念的转变。长期以来,我们习惯将老年人视为需要被保障的对象,政策重心集中在养老金、医疗保障等基础需求上。诚然,这些保障必不可少,但仅仅停留在“保障”层面,容易将老年人固化为“被动接受者”,忽视了他们潜在的价值和活力。一方面要从“单向输送”到“双向互动”,政策不再仅仅是提供物质支持,更要搭建平台,鼓励老年人参与社区治理、志愿服务、文化传承等活动,让他们在贡献社会的同时,获得成就感和归属感。另一方面要从“被动适应”到“主动创造”,要支持老年人学习新技能、发展新爱好,鼓励他们利用自身经验和智慧,创新创业,创造社会价值。

理念重塑,从“被动敬老”到“主动用老”。“敬老”是中华民族的传统美德,但如果仅仅将老年人视为需要被照顾的对象,而忽视其潜在的价值和能力,则是一种资源的浪费。“用老”并非简单地将老年人当作劳动力使用,而是指充分挖掘和利用老年人的经验、智慧、技能和人脉资源,让他们在力所能及的范围内,继续为社会发光发热。让每一位老年人都能成为社会发展的参与者与贡献者,这是一种更高级别的尊重,也是对老年人价值的真正肯定。

功能跃迁,从“温情港湾”到“智创空间”。传统社区功能,往往聚焦于“养老服务”,比如日间照料、助餐助浴、健康监测等,这些固然重要,是养老服务温情的底色,但这种模式下的社区,更像是一个提供保障的“港湾”,而非激发活力的“场域”。如何充分挖掘和利用老年人的资源,让他们成为社区发展的积极贡献者?比如,组织低龄健康老人为高龄、失能老人提供邻里互助,支持他们牵头文化传承、技艺传授、纠纷调解等社区项目,构建一种老年人既是服务享受者,更是价值创造者的双向互动生态。当“温情港湾”进化为“智创空间”,我们看到的不仅是设施的升级,更是社会对老年价值的重新发现。



露营热,「营」来生机

随着气温逐渐回暖,露营成为不少市民的热门选择。从露营地到户外装备,各环节都在快速升温,成为拉动消费的新亮点。陈心妍画

热点快评

为促进我市旅游业健康发展,进一步深化文旅惠民,释放全市文旅消费潜能,根据《江苏省景区门票和相关服务价格管理办法》,近日,市文广旅局对外公布了2025年度南通市旅游景区外门票开放日的具体安排,包括军山景区、城市绿谷等在内的11家景区参与其中。

游客希望景区票价“平易近人”,不少景区又想靠着门票“安身立命”——这是一对长期以来难以纾解的矛盾。但如今,越来越多的景区开始尝试与门票“解绑”。除了“简单粗暴”的直接免费,还有不少景区玩起了面向不同对象、在不同时间段、或是不同形式的“变相免费”。比如,庐山风景区三月份对全体海内外游客免收门票,广受游客追捧;滕王阁景区推出“背诵《滕王阁序》免门票”活动以来,已见证超过13万人挑战成功。

单纯就数字而言,哪怕门票定价很高,在旅游总开支中所占比例也并

摆脱“门票依赖” 景区更有未来

□刘曦

非很大。但门票定价对游客的心理影响却很大,门票价格的高低常常是游客决定是否选择这个景区的重要因素。正如有着数十年文旅从业经验者所言:不只是免掉门票费用,更是卸下游客的心理包袱。经过多年发展,旅游市场需求和游客心理预期都发生了根本变化,尤其是新一代消费群体更在乎体验的新奇性、舒适度和文化感,成就旅游经济的早已不仅仅是一张小小的门票。据分析,旅游产业链效益包括食宿、交通、购物及间接创造的社会财富,约为门票价格的7倍。由此看来,门票对整体旅游经济而言好比“芝麻”,真正的“西瓜”是旅游市场延伸出的产业链;是宾馆饭店的爆满,是地方特产的畅销,是特色餐饮的火热,也是文创产品的“顺手买一个”。

要促进旅游业高质量发展,不能只算小账,要算大账,不能只算眼前账,要算长远账。随着全域旅游时代到来,景区摆脱“门票依赖症”,以免费患

民、升级服务等方式吸引更多游客,是实现可持续发展的大势所趋。景区免门票后,看起来少了一笔眼前的收入,实际上却能吸引更多游客,同时反向促进景区创新旅游业态,提供更好服务、完善多元化供给。而其核心就在于景区能否将“流量”转化为“留量”,破除“人挤人不赚钱”的尴尬怪圈。

门票可以免了,服务不能“打折”。告别“门票经济”,不只是做“减法”,客流快速攀升,在线路设计、食宿交通、购物娱乐、健康卫生等方面,都对旅游供给提出了更高的要求。我们正致力于把“江海有情、南通有请”塑造成一张亮丽的城市文旅名片。当景区票价回归合理区间甚至免费时,自然会增强游客“出门走一走”的动力,带来客流和收入的双增长。这需要我们进一步探索多元化的收入渠道,因地制宜推出更多契合游客需求的个性化产品,在餐饮、购物、住宿、演艺等方面做足做好文章,推出旅游商

品、衍生产品、赛事赛事、演艺演出开发等,丰富并完善旅游产品体系,加强旅游业与其他产业的融合,挖掘旅游的休闲、养生、商务、研学等多种功能,培育新的旅游消费热点。例如,依托深厚的海洋文化,在沿海渔港小镇增添渔事体验、海鲜美食等娱乐活动,联动打造“海鲜之旅”。又如,聚焦颇受年轻人青睐的露营度假、沉浸互动等特色玩法,将门票免费作为“流量入口”,结合潮流热点,推出特色产品。启东启唐城以各类优质演艺节目留住观众;南通博物院打造创意文创产品吸引更多年轻人……通过独树一帜的文化展示、独具魅力的文化渗透和另辟蹊径的文化体验,把景区特色转化为可持续发展的现实生产力。

随着越来越多的景区陆续推行低价甚至免票政策,告别“门票依赖”是早晚的事。与其最终被放弃,不如及早动手,赢得先机。新一轮门票免费一触即发,各大景区不妨利用这一“时间窗口”,积蓄能量,摒弃“圈钱”思维,闯出一条新路。

观点声音

“以前娃生病,我们总往大医院跑。现在社区也有了儿科,医生特别细心,需要时转诊至上级医院也不麻烦。”前不久,笔者探访北京市海淀区学院路社区卫生服务中心,听到不少群众点赞家门口的儿科服务。在北京,已有352家社区卫生服务中心可提供儿科诊疗服务,占比超过96.7%。目前,全国共有儿童医院162家,设有儿科的公立综合医院近4400家。数据显示,截至2023年底,我国儿科医师数量增长到23.4万人,但仍存在较大缺口。而且,儿科医生工作强度高、难度大、收入相对低,人才流失问题较为严重。加快补齐资源短板,着力从薪酬待遇、编制支持等方面提高儿科医生的职业吸引力和稳定性,是当务之急。有效提升基层医疗卫生机构儿科实力,除了配置增量资源,还要优化存量资源,加大力度推动优质医疗资源下沉。儿科的建设,人才的培养,都需要一个相对长期的过程。吸引更多家长带孩子去基层医院就诊,就要通过互联网医疗、医联体建设等方式,把更多优质医疗服务送到基层,让人们看到家门口的儿科服务有直观而显著的变化。儿童健康是全民健康的基石,也是每个家庭的期盼。突出问题导向,坚持系统治理,加快补短板、强服务、优布局,基层医疗卫生机构和大型医院儿科“冷热不均”的状况将得到有效改善,广大儿童也将享受到更加优质、便捷、高效的医疗服务。

——人民日报《让家门口有更多优质儿科》

“纤体瓶”“轻体果蔬瓶”“掉秤超模水”……近来,多家茶饮品牌推出以羽衣甘蓝为主要原料的果蔬饮品,让这一蔬菜身价倍增。有农友表示,每长出一茬就有人抢付定金。羽衣甘蓝从引进到“破圈”,花了几十年时间。谁能想到,如今在市场上供不应求的网红蔬菜,此前曾因口味不佳一度被当作观赏植物。究竟发生了什么?看需求。从实惠到品质,从好吃到健康,人们的饮食追求逐渐变化。近年来,轻食风尚兴起,越来越多的人放弃高糖高油,选择低卡低脂。羽衣甘蓝营养全面,富含膳食纤维、维生素和矿物质,被誉为“完整的食物”,顺理成章成为健康消费新宠。看供给。在山东高密,万亩良田家庭农场用7年时间探索种植技术,实现四季供应,如今已成为亚洲最大羽衣甘蓝出口种植基地。同时,多省扩大种植,产能不断提升。新品成为网红,很大程度上得益于“尝鲜经济”;而进口菜成为家常菜,离不开农业现代化的托举。长远来看,适时更新菜品,不断提升质量,提高组织化生产水平,从品种和品质等方面满足消费新需求,才能实现鼓起菜农“钱袋子”与丰富群众“菜篮子”的平衡。

——人民日报《羽衣甘蓝走红背后》

“家门口到底能不能装摄像头?”近日正式实施的《公共安全视频图像信息系统管理条例》回应了这个具有争议性的话题。新规明确,在非公共场所安装图像采集设备设施,不得危害公共安全或者侵犯他人合法权益,不得非法对外提供或者公开传播涉及公共安全、个人隐私和个人信息的视频图像信息。在家庭安防需求日益增长的今天,监控设备已成为许多家庭的“看家神器”。然而,当摄像头的视角无意中覆盖到邻居的日常生活空间时,不仅可能引发邻里矛盾,更可能触碰法律红线。按照新规的界定,具体来说,如果摄像头持续记录邻居家门口的人员往来、频繁拍到邻居的脸等,就可能超出了法律规定的“保护自身人身安全、财产安全”的必要限度,存在“侵犯他人合法权益”的嫌疑。“安装前多沟通,总比事后闹纠纷强。”一位网友的留言道出了问题的关键。在实际操作中,不妨在安装前主动与邻居协商,明确监控范围;安装时通过技术手段限定拍摄区域,避免镜头对准邻居门窗等私密空间。远亲不如近邻。家庭安防设备安装的初衷是守护安全,而非制造隔阂。毕竟,真正的安全感不仅来自技术防护,也来自和谐共处。

——新华网《既要“看家神器”,更要邻里和谐》

“灭蟑螂小能手、安全环保、对人零危害,低至5.69元一只……”随着气温升高,蟑螂蚊蝇又到了活跃的季节,部分人选择购买白额高脚蛛、蜘蛛等,用“一物降一物”的生物防治理念除虫。据报道,售卖“神奇动物”已经成为一门小生意,有店铺销量高达上万只。“生物除虫”靠不靠谱?这得具体情况具体分析。早在20世纪50年代末,“华南生物防治之父”、中山大学生物系教授蒲蛰龙就着手研究“以虫治虫”,并将成功经验推广至全国10多个省份。近年来,全国各地也不乏积极探索,既降低农药残留风险,又避免害虫产生抗药性,这样的“虫虫特工队”可谓一举多得。但同样的逻辑,不能简单套用于家庭除虫。别看商家打着“安全环保”的旗号,对上门除虫服务,价格也算得上低廉,东西好不好,效果才是王道。检索有关报道发现,买蜘蛛来灭蟑螂并非最近才有,但它的“杀伤力”实在有限,存在很大的不确定性。首先,白额高脚蛛并非专门捕食蟑螂,也吃其他小型昆虫,一次可吃一到两只蟑螂,吃饱后能两周都不进食,与蟑螂几何级的繁殖速度形成鲜明对比。其次,它虽然毒性较弱,但其毒液可能引发人的过敏反应和炎症,并非商家所宣传的“零危害”。更不必说,效果可能适得其反。有专家表示,白额高脚蛛和蜘蛛都是捕食性动物,大量售卖并释放到环境中,可能会打破原有的食物链平衡,引发新的生态问题。毕竟,农业领域的“以虫治虫”遵循的是自然规律,且已形成了相对成熟的经验,具备专业力量支撑,而家庭“生态除虫”存在一定的自发性,长远来看,容易受商业利益驱动,带来无序的人工干预,造成生态风险。流量经济时代,噱头大于实质的营销套路总是一波接着一波,大有“乱花渐欲迷人眼”之势。除了不断加强科普宣传之外,消费者也不妨多问自己几句:有没有说的那么神?有没有办法验证?我真的需要它吗?

——南方日报《家庭“生态除虫”只是听上去很美》

上海安福路,被戏称为“街拍的宇宙中心”。在那活跃的,除了专程来此打卡的网红外,还有一群“老法师”(指那些摄影经验丰富的拍者)拿着“长枪短炮”来找寻街拍灵感。然而,近年来,安福路“老法师”也陷入舆论争议。据新闻晨报报道,有人吐槽,一部分人打着“老法师”的名号,实则为了“偷拍”美女。最近一段上海一女子安福路上怒怼“老法师偷拍”的视频就在网络上爆火。时至今日,“街拍”作为一种街头文化活动,在我国大中城市变得越来越流行。但就算正常的“街拍”,也具有一定争议,有人认为这是一种艺术创作,反对者则认为侵犯了被拍摄者的肖像权。其实,专业的拍摄者在“街拍”和发表前,会尽量取得被拍摄者的同意。但国内的一些“街拍”爱好者,选择在被拍摄者毫不知情的情况下进行偷拍,拍摄完后也不经同意就对照片或视频进行发表,有的还利用这些照片在短视频或种草平台吸引流量、获得广告投放,由此牟利。公共场所管理者,不妨加强精细化管理,对损害他人合法权益的“街拍者”,予以劝阻;对影响公共秩序的“街拍”行为,及时报警处理。同时,对“街拍者”还要加强宣传教育,在拍摄前征得被拍摄者的同意等。对于公众来说,也要增强维权意识,一旦发现被侵权,及时制止。像此次上海安福路怒怼“老法师”偷拍的女子,就很勇敢,值得大家学习。

——新京报《“街拍”不能成了偷拍者的“遮羞布”》

“我家孩子才9岁,这半年长了20斤”……近期,首都儿科研究所成立医学体重管理中心,不少家长带孩子前来向医生咨询体重管理意见。近年来,我国儿童青少年超重肥胖比例持续上升。超重肥胖,不仅会影响孩子身体健康,还可能带来焦虑、抑郁等心理问题。《中国居民营养与慢性病状况报告(2020年)》显示,我国6至17岁儿童青少年的超重肥胖率为19%,即每5个孩子中就有1个体重超标。更为严峻的是,若不加以有效干预,到2030年我国儿童超重肥胖率将突破31.8%。儿童青少年正处于生长发育的关键阶段,儿童期肥胖的危害远大于“中年发福”。肥胖容易诱发高血压、糖尿病、脂肪肝等疾病,还会影响儿童的运动能力、骨骼发育及认知能力。造成超重儿童越来越多的原因是多方面的。首先是“吃多动少”。由于功课安排紧张、学习压力大,孩子们普遍久坐时间长,吃饭速度快、运动量不足,造成脂肪过度堆积,进而形成“越不动就越胖,越胖越不想动”的恶性循环。其次是观念误区。一些家长认为孩子小时候胖点没关系,长大后自然会瘦下来,甚至持有“越胖越健康,越胖越有福”的错误理念,纵容甚至鼓励孩子进食甜食、肉类、油炸食品等高热量、高脂肪食物。此外是缺乏指导。部分孩子和家长虽然意识到肥胖的危害,但苦于缺乏科学运动和减肥相关知识、指导。一些家长试图通过限制进食帮助孩子减肥,却陷入了“越饿越胖”的怪圈,还引发了新的身体问题。解铃还须系铃人。治理儿童肥胖问题,需要家庭、学校、社会等多个层面协同配合,共同努力。对于家庭而言,家长作为孩子身心健康的第一责任人,亟待改变传统观念和养育方式,积极主动地参与到孩子的体重管理中。对于学校来说,应合理安排课程表,保障体育与健康课时,确保中小学生学习每天综合体育活动时间不低于2小时。对于社会而言,各地医疗卫生机构应积极开展儿童减重门诊,为孩子和家长提供专业的健康咨询服务,指导肥胖儿童量身定制科学、安全、有效的减重方案。

——北京青年报《减少“小胖墩”需家校社协同共治》