

运河论坛

抓招商就是抓产业谋未来

本报评论员 刘太福

发展是第一要务，招商投资上项目，始终是发展的生命线。近日，市委召开招商引资工作专题会议，听取今年以来全市招商引资工作情况，部署重点工作任务，进一步传递出抓招商上项目促发展的强烈信号和鲜明导向。全市上下要坚定扛牢“走在前、勇争先”的使命担当，乘势而为、加压奋进，大抓招商、大抓项目、大抓产业，推动高质量招商引资工作取得新进展新成效，以招商引资新突破赋能高质量发展。

今天的招商支撑明天的项目，今天的投资决定未来的发展。开展高质量招商引资，关键在弄明白“怎么招”。当前招商引资形势、要求都发生深刻变化，各地铆足干劲拼环境、拼服务，竞争愈加激烈。我们要创新招商思路，用好重点节会、重大活动机

遇，积极宣传济宁、推介济宁，吸引客商投资，塑造招商工作新优势。要加大外资招引力度，开展跨国公司登门拜访活动，扩大在我市投资规模；积极参与、组织各类招商活动，争取项目达成合作协议。要提高专业园区规划建设水平，推动产业项目、资源要素向园区集聚，提高产业承载能力。要做大做活标准厂房招商，坚持“建”与“招”同步规划，逐步形成“产业园就是产业链、上下楼就是上下游”的招商引资格局。要持续加大要素保障力度，坚持“要素跟着项目走”，想方设法做好要素保障工作。要突出精准招商，加快项目成熟、落地。要坚持高位推进，完善招商引资工作的体制机制，推动招商引资工作取得新的更大成效。

招商引资，离不开良好的营商环境。各级各部门要在优化营商环境上狠下功夫，主动当好企业“服务员”，旗帜鲜明为企业撑腰鼓劲，提供充足的“阳光雨露”，让广大企业家在济宁放心投资、专心创业、安心经营。要乐于善于和企业家交朋友，用好用活领导干部联系企业和重点项目制度，常态化、多渠道、面对面听取企业意见建议，真正构建“亲清”政商关系。要全力推进惠企政策“直达快享”，主动到企业上门送服务、送政策，让政策“红利”应享尽享。要营造一流政务服务环境，加快推进“高效办成一件事”改革，推出更多服务套餐，努力做到“有求必应、无事不扰”。要更大力度为企业松绑减负，营造公平竞争环境，规范涉企执法检查，让企业轻装上阵、放手发展。

招商引资不仅是当务之急，更是长远之策。全市各级各部门要提高站位，树立“一盘棋”思想，不折不扣把承担的招商工作抓出成效。各县市区要坚决扛牢招商引资产主体责任，加强谋划，主动解决问题，全力推进项目签约落地。15条标志性产业链牵头部门要主动担负起牵头责任，找准产业链招商目标，充分发挥链主企业作用，打造更多有竞争力的细分产业集群。市属国有企业要放大自身资源优势，在招大引强上扛起国企担当。驻外招商联络处要精准发力，发挥好招商引资产“桥头堡”作用。有招商任务的部门单位都要压实工作责任，作为重点任务强力攻坚，以招商引资的新突破、新成效，拼出经济发展新气象、城市发展新未来。

他山之石

从节水看绿色生产力

3月28日《人民日报》沈磨元

背景：在用水总量基本稳定的情况下，北京实现了经济总量翻番。2014年到2024年，北京市万元地区生产总值用水量从16.35立方米降至8.45立方米。每一立方米水就能创造约1183元地区生产总值，在全国领先，意义不可小觑。

观点摘要：这是科技创新的撬动作用，这是循环利用的有力支撑。把绿色低碳理念融入经济社会发展全过程，以科技创新为手段，坚持循环利用、变废为宝，定能加快构建绿色低碳循环经济发展体系，让绿色生产力成为未来竞争力。

青春戏曲出圈 捕捉年轻观众的“文化味蕾”

3月31日《光明日报》张焱

背景：日前，原创越剧《我的大观园》与观众见面，获得广泛好评。近年来，一批戏曲赢得了年轻人的芳心。青春版《牡丹亭》连演20年，培养了一批年轻观众，强调了“青春”主题；《京剧文化》融入水磨腔，该剧巡演时00后观众达41%；以京剧文化为主线的电视剧《鬓边不是海棠红》展现梨园百态与非遗技艺，年轻观众占比突出，其中，19岁至24岁观众占比高达50.39%，25岁至34岁观众占22.27%；黄梅戏《寂寞汉脚》融入现代元素，让观众大呼黄梅戏也可以这么时尚。

观点摘要：一代戏子有一代人的戏曲，年轻人既渴望在《新龙门客栈》的武侠江湖中寻找侠义精神，又乐于在《浮生六记》的园林实景中感悟文人雅趣，这种文化认同既体现了传统文化基因的复活，也是在追求中华优秀传统文化的当代表达。

真正的传承不是复制时光，而是让古老的种子在全新的土壤中开出令人惊叹的花。当旅游景区中身着中式服装的姑娘们笑靥如花，当豫剧名家张晓英为电影《满江红》配唱的摇滚豫剧唱段在B站上衍生出2.3万条二创视频，当上海戏剧学院“416女团”的戏曲唱腔改编视频成为现象级热点，也许那个从量变到质变的门槛已经被跨越。

走出贵州“村T”，一场原生态文化破壁之旅

3月31日《新京报》柳早

背景：据报道，近日，来自贵州大山里的45个孩子，身穿融合苗绣、侗族绣、银饰等多种少数民族非遗元素的服装，走上中国国际时装周T台。这是一场属于“最本地”的展示。时装秀的设计者是苗族设计师，模特是没有走出过大山、没有经过专业培训的当地孩子，展示的是纯手工制作、当地风格的服饰……这一切最具民族韵味的元素，却突破了审美隔阂和文化界限，从在家乡举办的“村T”时装秀开始，一步步走上了国际T台，成为聚光灯下的主角。

观点摘要：广袤的国土疆域、悠久的历史、多元的生活状态，让中国这片土地上从来不乏令人惊叹的审美意蕴。重要的是如何发现它们，并通过有创意地改造，让它们以一种现代化、国际化的视野下焕发出光彩。

在这场秀的背后，还有一个故事：有几个孩子拿不出路费，一度打算放弃这场时装秀，为了让孩子们看看大山外面的世界，村民们自发筹集机票，把孩子们从贵州“村T”一个不落地送上了国际T台。

这或许也是中国非遗收获世界瞩目的深层原因：所有人齐心协力，深度改变了当代中国的面貌，也终于将属于中国的文化元素，以平视的角度展现到了世界面前。

让“零添加”凉凉只是一个开始

3月28日 新华网 王志艳、黄浩

背景：近日，国家卫健委与市场监管总局公布了59项食品安全国家标准及修改单，明确禁用“零添加”“不添加”等宣传用语，被网友称为“舌尖上的防诈指南”。

观点摘要：食品标签充当着食品身份证的角色，是消费者选择的重要依据，必须“看得懂、看得清、看得方便”，更要真实可靠。当“零添加”被异化为营销工具，食品标签的功能——传递产品真实属性的作用就会被削弱。同时，也容易让人误以为其他同类食品有相关添加，无意中贬低了同行，是一种不正当竞争。

食品安全不是“开盲盒”，该标清楚、写明白的绝不能含糊。新规瞄准商家在食品包装上的“小心思”，禁用“零添加”等用语，是为了让消费者真正了解食品标签信息，吃得明白、吃得放心。

“高科技游客”为何火出圈

3月27日《广州日报》谭敏

背景：在攀爬泰山的人群中，穿戴外骨骼设备的“高科技游客”步履轻盈，身姿矫健，轻松超越其他登山者；在深圳野生动物园，七旬游客借助机械助力轻松走上斜坡……近期，外骨骼助力设备的投用范围逐步扩大，活跃于多个景区，引起人们的关注和兴趣。

事实上，除了外骨骼助力设备之外，“机器狗”运送物资、无人机飞送外卖、机器人“导游”助览等新兴科技应用正在进入我国的多个景区，为游客带来了更加多元化的、个性化、智能化的旅游消费场景和更高质量的旅游消费服务，让文旅产业焕发出新的生机与活力。

观点摘要：智能科技产品在文旅领域的走红，一方面跟数字经济和人工智能的迅猛发展有关。大力发展智能网联新能源汽车、人工智能手机和电脑、智能机器人等新一代智能终端以及智能制造装备，这将有力推动更多应用成果快速融入人们的日常生活。另一方面，随着文旅消费需求的升级，个性化、智能化、沉浸式、体验式的旅游消费场景越来越受到人们的青睐，这也为“人工智能+”文旅提供了更多可能性。各地文旅业能否跟上智能科技的步伐，“人工智能+文旅”能否带给人更多惊喜，加强景区数字化基础设施建设、提供更多智能化旅游服务、在游客数据采集和使用的时候做好隐私保护等，都是当下面临的考验和亟待解决的问题。

（华峰 辑录）

声音广场

记录乡村教育的蓬勃春天

丁玉玲

我是一名90后乡村教师，也是一名粉丝数近150万的视频博主。开通自媒体“乡村教师日记”以来，我把镜头对准乡村小学的孩子们，记录日常点滴。未曾想到，没有刻意设计、精妙运镜，更无华丽文案与剪辑，这些简单又稍显粗糙的影像，意外地触动无数网友的心，累计播放量超3.9亿次，成为一扇观察乡村教育的小窗口。

在我初次任教的班级里，全班48人中，留守儿童有36人。我小时候也是一名留守儿童，因此暗下决心，自己经历过的孤独决不能重演。除了关注学习，我也关注孩子们的心理变化，用尽量多的时间去陪伴、守护他们。周末，我和学生一起干农活、做饭、爬树摘枣子；暑假，我带着他们过生日、捉知了、田野玩耍。久而久之，我和孩子们打成一片，成了他们信任的好朋友。一次家访时，我突然想到，不妨把这些拍下来，给孩子们留下一份宝贵记忆，也让更多人了解乡村更生动、更鲜活的一面。

今天的乡村教育真的不一样了。少了“设施落后”的符号，也少了留守儿童“孤僻”的刻板印象，在我的镜头里，“快乐”才是关键词。视频中，既有我和孩子们一起吃火锅、放风筝的开心瞬间，也有收他们作业时斗智斗勇的“名场面”。有时候，我直接把相机交给孩子们，让他们记录闲聊时的童言无忌。拍摄时，他们就是在做生动、立体的自己，有学习中的专注，有嬉戏时的大笑，也有被批评后的反思。真实而富有童趣的反应，让许多网友忍俊不禁，有人留言“原来留守儿童的生活不都是苦情剧，更多是充满烟火气的成长诗篇”。通过拍视频，孩子们用鲜活而热烈的生活镜头，冲破以往关于留守儿童的扁平认知，形成了跨越城乡、拉近心灵的情感共振。

如今，随着乡村全面振兴深入推进，乡村教育已不是曾经的落后模样。这几年，我们的操场翻新修整，教室用上多媒体设备，饭菜日益丰富，学校还招来了音体美全能的年轻教师。视频弹幕中，常有网友惊讶于“现在农村学生都吃得这么好了”，感叹“我小时候也有这种条件就好了”。随着视频广泛传播，越来越多的人了解到乡村教育的蝶变，希望投身其中出一份力。不少网友在看过视频后报名参与乡村支教，还有热心人士联系捐赠书籍等物资。一方小屏幕，就这样连接起无数颗炙热的心，让共识与暖意在网络内外流动。

视频让外界看到孩子们，也让孩子们见识到更广阔的世界。当我谈起评论区的鼓励与夸赞，告诉他们在屏幕另一端“有许多人都在关注你们、喜欢你们”，孩子们眼中闪烁的兴奋与激动，仿佛星星一般。那是一种被看见、被认可的力量。曾经不善言谈的孩子落落大方，往日调皮的孩子也变得懂事很多。现在，还有许多单位和机构向学校发出邀请，让孩子们有机会走进军营、登上潜艇、参观科技馆，触摸星辰大海。网络不仅是展示变化的窗口，也是激活潜能的开关，让孩子们看见无尽的天地，更看到充满无限可能的自己。以数字技术抹平城乡教育的信息鸿沟，我想，这就是坚持拍下去的价值所在。

“关注乡村教育 关爱留守儿童”，这是我在每条视频结尾都会放上的话语，也是我的梦想和动力所在。此刻，春光烂漫，教室窗外的树木正在抽出新芽。我也会坚守岗位，在做好本职工作之余，继续用镜头记录下乡村教育发展的蓬勃春天。

（3月28日《人民日报》）



华峰漫画

近日，北京市文物局就提升博物馆服务品质发布通知，其中重点提到了要探索研究建立黑名单制度，对屡次劝阻依然违规或情节严重者，列入黑名单并进行公示，限制其入馆或参与活动。近些年，文明参观已是共识，但随着“博物馆热”持续升温，很多新型不文明行为集中出现。在涉及文化资源的公共场所采取黑名单制度已有很多先例。从过往经验来看，惩戒分寸与执行情况是制度奏效的关键。让“拉黑”等惩戒举措真正形成威慑，同时以明确规则避免“误伤”，才能让更多人知边界、明事理。参观者是文化资源的享受者，更应是保护者、传承者，自觉约束自己，也是对历史文化最大的尊重。

（华峰 漫画/文）

锐评

立查立改、即知即改

刘硕

立查立改、即知即改，是确保深入贯彻中央八项规定精神学习教育取得实效的重要一招。学习教育中，各级党员干部必须把学查改有机贯通一体推进，突出“立”与“即”的紧迫性，强化“查”与“知”的能动性，彰显整改落实、刀刃向内的坚定性。

作风建设是攻坚战，也是持久战。在贯彻中央八项规定精神过程中，有的党员干部学精神浮在表面，查问题碍于情面，促整改停在纸面，抓效果不够全面。有的党员干部缺乏学的主动、查的勇气、改的魄力，不敢动真碰硬，不愿刮骨疗毒，不善真查真改，一些违反中央八项规定精神的问题反弹回潮。

“立”与“即”是一种态度，也是求真务实思维方式。学习教育不分批次、不划阶段，一体推进学查改，要求广大党员干部跳出“先开展学习、后查摆问题、再推动整改”的线性思维，破除面对问题“等靠拖”的形式主义，以“时时放心不下”的自觉推进“并联作业”。要把中央八项规定精神

学深悟透，把问题隐患查深看透，保持自身的清醒通透，让实时监督、迅速响应、彻底纠正高效运转起来，不断推进、动态处置。

优化“查”与“知”的效率和效果，要把“小”和“大”结合起来。从个体看，要把对照检视的担子切实压到每位党员干部身上，查于小、查于细、查于日常，对自身行为举止进行全面“体检”。从组织层面看，要用好“批评和自我批评”这个锐利武器，不怕交锋、不怕红脸，真讲问题、真讲问题，不掩盖、不回避、不推脱，不避重就轻、自欺欺人，让每位党员干部都树立正确认识，保持头脑清醒。

以实实在在的改取信于民，需要广大党员干部增强“改”的主动，优化“改”的方式，提升“改”的质量。整改要奔着深处去，对于根子较深、解决较难的问题紧抓不放、久久为功；要奔着实处去，既要清除积弊也要夯实基础，让整改真有效果，大家真有感触；要奔着长久去，对于具有反复性、苗头性的问题保持警惕、常抓不懈。

议论风生

乘势推动办公用品提质扩容

王鹏

今年以来，随着经济运行平稳起步，许多行业对办公用品的需求增加，带动了办公用品消费的发展。办公用品消费是商品消费的重要组成部分，涉及制造业、物流业、零售业等多个领域。推动办公用品产业提质扩容发展，鼓励企业采用更加数字化、智能化、绿色化的办公用品，有助于释放内需消费潜力，促进绿色经济发展和带动上下游产业发展。

近年来，我国办公用品消费呈现出良好的发展态势，消费规模实现较快增长。京东数据显示，2025年2月9日至2月23日，商业家具、办公用品、办公耗材等成交额同比增长分别达到210%、135%和99%。一二线城市群体是办公用品消费主力军，成交额占比超过四成。办公用品的个性化、定制化发展水平不断提升，消费者不仅关注办公用品使用效率，也看重办公用品的美观度和舒适度。人体工学椅、升降式办公桌、键盘手托、护腰坐垫等新产品受到广泛欢迎。在经济回升向好发展态势下，我国办公用品消费具有广阔的发展空间。迎接机遇，要提升办公用品定制化研发水平，拓展办公用品企业销售渠道，推广绿色办公用品消费，持续推进办公用品消费升级发展。

提升办公用品定制化研发水平。鼓励办公用品企业、采购单位、研发机构等加强合作，共享市场信息和资源，推动产品迭代更新，推出更多新型智能、舒适性强、美观大方的办公用品。引导办公用品企业合理利用用户反馈数据，持续加强办公用品的个性化、定制化研发，满足企业职工的多样化需求。支持办公用品企业打造柔性制造体系，利用人工智能等技术提升研发设计水平，不断降低生产研发成本，利用反向定制模式提升产品性能和质量，为消费者提供经济实用的办公用品选择。

拓展办公用品企业销售渠道。鼓励优质的办公用品品牌进驻写字楼、进商圈、进步街，加强办公用品展示销售，提升品牌影响力和知名度。支持办公用品企业依托电商平台渠道，利用直播带货、短视频营销等模式拓展销路，扩大办公用品销售范围。鼓励电商平台设置办公用品销售专区，调动消费者购买积极性。鼓励有条件的城市中央商务区、产业园区、企业集聚区等举办办公用品采购节、购物节等活动，鼓励发放消费券，促进办公用品销售。

推广绿色办公用品消费。整合政府、协会、企业、研究机构等资源，不断健全绿色办公用品采购标准体系，鼓励企业职工优先购买绿色节能设备等环保产品。建立统一的绿色办公用品认证体系，鼓励消费者选择绿色环保的办公用品。倡导绿色消费理念，引导企业职工养成节约用纸、双面打印等低碳办公习惯。有条件的企业可探索开展办公用品“以旧换新”行动，加强对废旧办公用品的回收利用，助力绿色循环经济发展。

（3月31日《经济日报》）



新闻评论部主办