

运河论坛

# 打好“收官战” 奋力开新局

本报评论员 刘太福

推动济宁加快迈向万亿城市——近日，《中共山东省委关于制定山东省国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》发布，为我市“一个万亿、五个倍增”发展目标提供政策支撑，令人振奋，也进一步坚定了全市上下锚定“走在前、勇争先”，实现发展目标的信心和决心。

时序轮转，岁律更新。收官在即，序幕在望。当前，正值收官“十四五”、谋篇“十五五”的关键历史节点，时间的进度条正一点一点逼近年终岁尾，各项工作进入倒计时，每一天都很珍贵，每一步都很重要，呼唤全市上下铆定目标，拿出时不我待的精气神，全力冲刺年度目标，精心擘画未来篇章，确保圆满收官、精彩开局。

聚焦“一个万亿、五个倍增”发展目标，深入实施工业经济“头号工程”，加快构建“232”优势产业集群；加力突破北方内河航运中心建设，港航物流贸易发展能级持续

提升；加快建设世界文化旅游名城，“孔孟之乡、运河之都”品牌更加响亮……今年以来，济宁拉高标杆、对标一流，迈开“进”的步伐，坚定“绿”的方向，开拓“新”的视野，强化“实”的作风，凝聚“干”的合力，奏响了“走在前、勇争先”的最强音。编筐编篓，贵在收口。年终岁尾，既要确保既定目标“颗粒归仓”、圆满交卷，也要让前瞻性布局“落地生根”、枝繁叶茂，为下一个五年发展筑牢坚实基础、打开更广阔的发展空间。

要以“再对标”的冲劲，坚决完成全年目标任务。完成全年目标任务，事关“十四五”顺利收官，对实现“十五五”良好开局至关重要。要切实加强对经济运行分析调度，对照年初确定的目标任务，逐个指标打开分析，算清进度账、缺口账、任务账，打紧节奏、加快推进，确保各项工作严格按照时间节点落实到位。冲刺收官，不仅要纵向比进步，更要

横向找差距，尽最大努力，挖最大潜力，迎头赶上，在全方位、多层次对照检视中，全力以赴做好坚决稳住工业“压舱石”、大力推动生产性服务业发展、提速推进重点项目建设、强力推动招商引资和外贸外贸发展等重点工作的，确保强项工作更出彩、弱项工作有提升、难点工作有突破。

要以“走在前”的干劲，乘势而上谋划好明年工作。“走在前、勇争先”，是省委赋予济宁的重大使命。当此收官开局之际，各项工作都要锚定这一目标定位，谋实明年发展的“任务书”“施工图”，持续向高而攀、勇争一流，把每一项工作都干出彩、干出色，以各个领域、各条战线的争先进位，带动经济社会发展水平整体跃升。要抓好任务分解，奋力抢抓省委支持济宁加快迈向万亿城市的政策机遇、发展机遇，谋深谋实重点产业、重点项目、重大工程，以工作不断确保发展不停步，奋力在鲁南经济圈改革发展中走在

前，在绿色低碳高质量发展先行区建设上勇争先。

要以“勇争先”的闯劲，谋定先行编制各类规划。规划编制是关乎全局的战略性、系统性工程。面向“十五五”，省委十二届十次全体会议明确了“八个显著提升”“十大工程”等目标任务和重大举措。我们要保持战略定力、增强必胜信心，积极识变应变求变，着力巩固拓展优势、破除瓶颈制约、补强短板弱项，以历史主动精神克难关、战风险、迎挑战，切实抓好省委十二届十次全会精神贯彻落实。各地各部门要找准自身定位和发展路径，聚焦现代化产业体系构建、城市功能品质提升等核心领域，储备一批打基础、利长远、增后劲的重大项目，高质量编制“十五五”规划，为“十五五”发展开好局、起好步抢占先机、积蓄胜势，以圆满的收官为生动的开局奠定坚实基础，奋力谱写济宁高质量发展新篇章。

## 他山之石

### 多所高校停招外语专业并非外语学习“终场哨”

12月8日《新京报》原平方

背景：据报道，随着景德镇陶瓷大学在原有外国语学院基础上，成立文化传播学院，关于“外语学院调整组建”的讨论再度在高教领域引起关注。

观点摘要：事实上，一些高校对于外语专业的调整，并不意味着学生不学外语了，而是将其融合到了别的专业里面，让外语学习与运用更具针对性。如一些高校开始尝试将外语与计算机科学、数据分析等新兴领域结合，推出全新的跨学科专业以适应全球化和数字化的时代需求。

必须承认的是，无论外语学习还是中文学习，都是一门专业性的学科。所以，当高校停招外语专业，我们真正该问的或许是：在AI冲击下，外语学习到该学什么？答案或许藏在语言本身的温度里。原因在于，语言学习的关键，在于对文字美感与文化深意的体悟。在这意义上讲，多所高校停招外语专业，并不意味着外语学习就此吹响“终场哨”，反而可能是一次重新思考起点的机会。

### 地铁广告引争议，文化推广不能忽视受众心理

12月4日《工人日报》张西流

背景：据12月2日极目新闻报道，近日，浙江宁波地铁4号线车厢内，一幅以“十里红妆”民俗为主题的地板广告引发争议。鲜艳的迎宾队伍图像被印在乘客脚下，夜间光线昏暗时人像轮廓分明，有乘客称“像踩在别人身上”“吓一跳”，更有网友直斥其“诡异”“阴森”。该市轨道交通集团工作人员表示，相关广告已撤下。

观点摘要：尽管广告本意是宣传宁波国家级非物质文化遗产，但最终因引发争议而被撤下。这一事件不仅是一次设计失误的个案，更暴露出公共空间文化传播中“自说自话”的问题：文化推广不能忽视受众心理，不能以传统之名漠视公共伦理与公众感受。

公共场合的文化传播不是单向输出，而是与市场情感、城市气质的对话。相关方面在推广非遗时，应秉持“伦理前置”原则，将心理影响评估纳入其中，邀请民俗专家、视觉设计师与市民代表共同把关。在上述新闻案例中，如果将画面移至侧墙、配合灯光音效还原仪式感，既能避免踩踏争议，又能增强沉浸体验。

此次广告被撤，不是对传统文化的否定，而是对传播方式的纠偏。真正的文化自信，不在于强行植入符号，而在于用尊重与智慧，让传统在现代语境中被温柔以待。公共空间的每一块地板，都应承载民意的温度，唯此，文化才能真正走进人心。（华峰 辑录）

## 声音广场

### 持续激发文化贸易 开拓市场交流互鉴潜能

李嘉珊

在近期举行的2025年世界互联网大会乌镇峰会上，文化“新三样”——网文、网剧、网游成为焦点，不仅在文化贸易方面创造了可观的经济效益，也展现出中华文化的深远影响力与对外开放的积极成效。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出，深化文明交流互鉴，广泛开展国际人文交流合作，鼓励更多文化企业和优秀文化产品走向世界。作为连接不同文明、促进民心相通的重要桥梁，文化贸易正以其独特方式，在推动文明互鉴、构建人类命运共同体的进程中发挥着不可替代的作用。

“十四五”以来，我国文化贸易迈入高质量发展新阶段，呈现出规模持续扩大、结构不断优化、业态日益丰富的良好态势。数智赋能显著增强了文化贸易的国际竞争力，以动漫网游、网络视听、数字出版为代表的数字文化贸易快速崛起，成为新的增长引擎。贸易模式更趋多元，从单一产品出口逐步转向IP共创、版权合作与海外本土化运营等深度合作，极大拓展了文化服务贸易的边界与体量。市场格局持续优化，与“共建”一带一路”国家及新兴经济体往来日益密切，区域分布更趋均衡。文化贸易主体也更加多元，从大型文化企业到中小型文创工作室，纷纷在全球舞台崭露头角。

这些变化不仅彰显了我国文化产业的创新活力，而且以独特的市场动能和文化感染力，为促进全球文明互鉴、推动构建人类命运共同体注入了新动力。文化贸易是古老丝路精神的当代延续，也是人类命运共同体构建中的重要纽带。在经济全球化的今天，我们更应珍视文化贸易所蕴含的沟通力量、市场活力与创新潜能。

数字化不仅是技术革命，更是文化传播方式的重构，以数智赋能提升文化贸易的传播效能是重要途径。数字化打破了时空限制，使文化产品与服务能够以更低成本、更高效率实现全球流通。我国自主研发的网络游戏《黑神话：悟空》，凭借精湛的视觉呈现与深厚的文化底蕴，在全球范围内引发广泛关注，成为中国文化“走出去”的典型代表。数智技术将丰富的文化资源进行创意转化，通过市场化、国际化和专业化促进国际传播。我国正在积极推进传统文化资源的数字化采集与开发，通过建设文化数据库、运用人工智能技术进行内容再生产，实现从文化资源到文化IP的增值转化。这一路径，也为相关国家挖掘和阐释本土文化价值、参与国际文化分工提供了可行范式。

文化贸易的健康发展，离不开公平、开放、透明的国际规则体系，须以规则创新保障文化贸易的可持续发展。近年来，中国在推动制度型开放方面作出积极探索。今年10月，中国—东盟自贸区3.0版升级议定书正式签署，首次将数字经济、供应链合作等纳入贸易规则框架，为区域文化市场一体化提供了制度保障。这不仅有利于降低交易成本，更体现了“发展优先、包容普惠”的治理理念。例如，上海推动“中国影视IP海外翻拍”计划，通过版权授权与合作制作，实现从“走出去”到“走进来”的转变。类似做法，既尊重市场规律，也注重文化主体的创造性，为构建更加多元、平等、可持续的全球文化生态贡献中国智慧。

在今天的文化贸易实践中，中国传统中“和而不同”“天下大同”的思想得到生动体现。例如，我国在国际进口博览会设立最不发达国家产品专区，帮助非洲手工艺品、南太平洋地区艺术创作等直接对接中国市场。文明互鉴从来不是单向输出，而是双向滋养。我国正以开放包容的文明观，为全球提供“各美其美、美美与共”的可行路径。文化贸易正是这一理念的重要载体，它通过市场机制实现文化价值的共享与共创，使不同文明在交流中相互启发，在合作中共同成长。

未来，应继续深化数字融合、完善规则体系、强化品牌建设、拓展合作网络，推动文化贸易从规模扩展转向质量提升，从产品输出转向价值共享，进而不断推进文化贸易高质量发展。（12月8日《光明日报》）

## 议论风生

### 修村路与补短板

蒋国发

老家村口有条泥巴路，曾是几代人的“心病”，也是村庄发展的短板。

下雨天，道路泥泞不堪，村民出行不便。路不好，精明的客商一看就知村里没人、心不齐，不愿来投资兴业。今年夏天，在村干部的带领下，村民们把坑洼的泥巴路修成了平整的水泥路，村子的吸引力一下子提升了不少。由此感悟到，修路这件小事蕴含着补齐发展短板的启示。

修路先找“坑”，补短先察“弊”。修路不能盲目动手，得仔细观察哪里是常年积水的“软坑”，哪里是车辆碾压的“硬槽”，哪里是容易塌陷的“薄弱段”。若是不加辨别，马虎铺料，看似修好了路面，用不了多久还会破损。

补齐发展短板也是如此。以脱贫攻坚为例，扶贫干部们踏遍千山万水，一户户摸清致贫原因，缺技术就送培训上门，缺资金就牵线小额信贷，缺销路就搭建电商平台，正是这种“找准坑、补对位”的精准，让近1亿农村贫困人口全部脱贫。

从解决农业农村现代化相对滞后问题，到化解重点领域的风险隐患，都不能脱离实际的“大水漫灌”，精准识别的“靶向治疗”才能收到实效。

修路要填“实”，补短不容“虚”。把坑底烂泥清理干净，再铺一层碎石打底，浇水压实、细土找平……工序一道不落，这样补好的路才经得起风雨侵蚀、车流不息。若是图省事只铺一层浮土，看似平坦，却不实用。

补齐发展短板容不得半点虚功。“补短板弱项”写入“十五五”规划建议，必须在实处着力用功。

如今，补创新短板，如果不注重因地制宜，一哄而上、一哄而散，就是不按规律办事之“虚”；强民生弱项，如果不思进取、庸政怠政、明哲保身、得过且过，就是作风之“虚”。只有一切往实处里做，不论显功、潜功，才能做出“造福于民”的大功。

修路靠“合力”，补短要“同心”。村里修路时，村干部带头干，年轻人出力干，老年人帮忙送水递工具，同心合力把坑洼路修平坦。修的是路，齐的是心。

补齐发展短板离不开各方协同、携手同心。在推进长江经济带发展中，沿江各省份打破“一亩三分地”思维，上下游联动、左右岸共治，协同推进生态保护修复，让母亲河清水长流；在科技创新领域，政府引领、企业牵头、高校支撑、科研院所协同，产学研深度融合，攻克了一批“卡脖子”技术难题。

中国式现代化是全体中国人民的事业。无论是推进区域协调发展，还是提升公共服务质量，抑或是畅通国内大循环的堵点，都需要按照党中央决策部署，党员干部带头冲锋，群众积极参与，社会各界协同发力，这样才能凝聚起攻坚克难的强大合力。

道路修好了，日子更红火。短板补齐了，发展更有力。（12月8日《人民日报》）



## 华峰漫画

一段时间以来，已有数个商标“文字游戏”被曝光：酸奶品牌表示酸奶里除了牛奶、乳酸菌、糖，“其他没了”，结果“其他没了”是商标，部分产品还有其他成分；肉制品包装上写着“土猪肉”，谁料“土”字是商标文字的一部分，与猪肉没有关系；“100%果汁”也不一定是纯果汁，因为品牌的商标里有“100%”字样……

我国商标法明文规定，对于“带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的”标志，不得作为商标使用。在品牌价值凸显的时代，商标侵权行为愈发隐蔽且频繁，传统商标管理模式已难以招架。商标是企业的名片，更是市场信用的基石。面对形形色色的“文字游戏”类商标，有必要多管齐下，推动商标回归其本质功能，让市场竞争真正聚焦于产品与服务。（华峰 漫画/文）

## 锐评

### 快递“取”还是“收”谁说了算

王明昊

备注“送货上门”的快递却被投进快递柜、包裹到站后没有任何通知就被快递员签收……不少消费者反映，很多时候难以享受快递送货上门服务，快递是“取”还是“收”的选择权不在自己手中。收取快递虽是小事，却是快递行业提升服务质量、便利群众生活的一块“关键拼图”，亟待妥善破解。

在网购早已融入日常生活的当下，快递送货上门是许多消费者的切实需求。有的人居住地与快递驿站距离遥远，往返取件费时费力；还有人购买大件物品，期待“最后一公里”的配送服务能有保障；腿脚不便的老人，网购更是为了省心省力。快递送货上门不仅关系群众生活便利度，还涉及物品安全问题。生

鲜物品配送不及时会腐败变质，贵重物品存放在站点可能有遗失风险，可见保证快递送货上门很有必要。

快递送货上门于法有据。新修订的《快递市场管理办法》规定：经营快递业务的企业未经用户同意，不得代为用户确认收到快件，不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施。

但新规实施以来，擅自代收、投放快递的行为依然频频发生，原因何在？

面对数量庞大的快递包裹，规模有限的配送力量承担着繁重的配送任务和压力。同时，每个消费者的诉求各不相同，快递员逐个联系确认并送货上门，需占用一定时间。

消费者的诉求并非要求所有快递都送货上门，而是希望拿回收快递的自主选择权。从这个角度来说，电商平台应优化功能设计，在用户下单页面给出多种选项，并将信息及时同步给快递企业。监管部门也应积极作为，通过畅通消费者投诉渠道、严肃查处违规企业等方式，推动快递送货上门真正落实到位。

快递送货上门难的吐槽声里，藏着消费者对快递服务更便捷、更安全的期待。快递企业应以此为契机，进一步规范末端加盟网点和快递员的管理，将完善的管理制度和先进技术手段相结合，以多元优质的服务，回应消费者关切。（12月5日《经济日报》）

## 理论与实践

### 新形势下粮食仓储企业党建工作的实践思考

单贝

粮食安全是“国之大者”。在传统储粮向智慧仓储转型、政策保障向市场竞争跨越的新形势下，粮食仓储企业作为落实国家粮食安全战略、保障粮食安全的关键枢纽，必须始终把坚持和加强党的全面领导作为企业发展的“根”与“魂”，将党建工作深度融入储粮主体责任，以党的政治优势、组织优势厚植“大国粮仓”的发展优势、治理优势，在应对各种风险与挑战中持续筑牢粮食安全的坚固屏障。

必须突出政治铸魂，着力把思想统一起来。将党的政治建设摆在首位，坚持不懈用党的创新理论凝心铸魂，引导全体党员干部深刻把握粮食安全在党和国家事业全局中的极端重要性，不断增强“为国储粮、储粮报国”的政治自觉、思想自觉和行动自觉。不折不扣执行党和国家关于粮食安全、粮食储备管理的各项方针政策和法律法规，将中央精神和上级要求切实转化为企业的发展战略、工

作目标和具体行动，贯穿到保障储粮安全、提升管理效能、服务宏观调控各环节、全过程。通过“三会一课”、专题培训等形式，持续深化宣传教育。发挥“老党员传帮带”作用，传承“宁流千滴汗，不坏一粒粮”的敬业精神、“大国粮仓守护者”宣讲，引导干部职工不断提升思想认识，切实将“守护好每一粒粮”的职责使命内化于心、外化于行。

必须致力一体融合，着力让业务强起来。坚持党建工作与业务工作同谋划、同部署、同考核。紧密结合粮食仓储行业特性与发展需求，建立党建与仓储业务协同机制，通过党组织会议统筹仓储管理、质量检测、物流运输等部门工作，化解入库、调运等环节的协同矛盾，提升全链条运转效率。完善党建考核与仓储实绩挂钩制度，将粮食损耗率、仓储安全事故发生率等关键指标纳入党建考核，以考核促党建、业务双向奔赴。开展“现场党课+保粮实操”的主题党日活动，将党课搬到储粮仓库，讲解党建如何赋能业

务，协调解决仓储设备问题。依托企业党建云平台、微信公众号等，同步发布党建动态与智能粮情监测、区块链溯源等仓储前沿技术，实现“党建+业务”知识双提升。实施“党建+科技创新”攻坚行动，组建“党员技术攻关小组”，聚焦绿色、智能仓储开展科研攻关，如研发“光伏+低温储粮”一体化系统，降低能耗、保障粮食品质，以党建赋能仓储现代化升级。在粮情监测、绿色储粮等关键业务岗位设立“党员先锋岗”，在防汛保粮、突击抢险等急难险重任务中组建“党员突击队”，充分发挥党员先锋模范作用，确保关键时刻拉得出、顶得上、打得赢。

必须狠抓组织建设，着力让队伍活起来。坚持夯实基层组织基础，全面打造“懂党建、通业务、善技术”的粮储铁军。建强战斗堡垒。根据仓储点分布、业务特点优化党支部设置，确保业务开展到哪里，党的组织和工作就覆盖到哪里。持续推进党支部标准化规范化建设，选优配强支部班子，创新“三会一课”“主题党日”等活动形式，提升组

织生活的质量和活力。锻造骨干队伍。注重在仓储一线、技术攻关前沿发展党员，搭建岗位练兵、技能竞赛等平台，把业务骨干培养成党员，把党员培养成业务骨干。强化关心关爱。建立健全党内关怀帮扶机制，关注一线储粮职工思想动态和实际困难，改善工作条件，丰富文化生活，不断增强队伍的归属感、向心力。

必须深化正风肃纪，着力把规矩立起来。坚持从抓作风建设入手推进全面从严治党，涵养清风正气，不断加固“大国粮仓”守护者的清廉堤坝。扎紧制度笼子。将廉洁风险防控嵌入粮食收购、储存、轮换等业务流程，完善内控机制，加强重点岗位、关键环节的制约。加强廉洁教育。常态化开展党纪法规教育和警示教育，用身边事教育身边人，引导党员干部知敬畏、存戒惧、守底线，筑牢拒腐防变的思想防线。强化监督执纪问责。畅通监督渠道，严肃查处违纪违法问题，切实把严的氛围营造起来，把正的风气树立起来，营造山清水秀的良好政治生态。