

善讲群众语言
凝聚民心民力

张丽君

语言作为传递思想的载体，不仅是沟通的工具，更是凝聚群众力量、密切干群关系的关键纽带。习近平总书记强调：“要面对面、心贴心、实打实做好群众工作，把人民群众安危冷暖放在心上。”对党员干部而言，能不能跟群众坐在一条板凳上话冷暖、拉家常、谈心声，直接影响基层工作开展的成效与党的形象的塑造。善讲群众语言，是扎根群众、为民服务的一项“基本功”，是打开群众心门、凝聚民心民力的一把“金钥匙”。

语言能够贴近民心，“大白话”正是党员干部与群众之间有效的“黏合剂”。党员干部承担着宣传落实党的方针政策的重要职责。毛泽东同志指出：“我们是革命党，是为群众办事的，如果也不学群众的语言，那就办不好。”习近平总书记指出：“领导干部要做实工作，也要做宣传家。”少数党员干部在宣传党的方针政策时，习惯坐在主席台上、会议室里，说着生硬的官话、空洞的大话、晦涩的套话，久而久之，就会在群众与政策之间筑起一道无形的“墙”。要打破这道“墙”，党员干部就必须摒弃官腔、放下架子，满怀真诚走进基层、深入群众，在田间地头与农户拉家常，在工厂车间与工人聊生产，在社区院落与居民话生活，从群众关心的柴米油盐酱醋茶中找准切入点，将抽象的政策和理论转化为群众身边的事例，用“小切口”讲透“大主题”，以“家常话”解读“大道理”。比如，讲解乡村全面振兴政策时，不空谈“深化农村一二三产业融合发展”，而是结合当地特色，告诉群众“如何把自家的果园变成采摘园，不仅卖农产品，还卖体验服务”，让群众听得懂、听得进，更能照着做，让政策红利落到实处，切实提升话语的实效性。

群众最质朴的愿望，就是听到实在话、看到实际效果。讲真话，是赢得群众信任的根本前提。对群众讲真话，贵在带着真心、怀着真情，讲符合实际情况的话，讲群众心坎里的话。面对群众的疑问，不回避、不遮掩；遇到工作中的问题，不推诿、不欺骗。比如，在面对民生难题时，与其用“正在研究解决”敷衍，不如坦诚告知“目前遇到了哪些困难，计划采取哪些措施，预计多久能有进展”。这种掏心窝子的真话，没有华丽的修饰，却能让群众感受到党员干部的真诚与担当。“以诚感人者，人亦诚而应。”唯有以真心换真心、以真话赢信任，才能筑牢党与群众的血肉联系，让群众把党员干部当成自家人。

善用“土味话”，是党员干部贴近群众、引发情感共鸣的“加速器”。每一片土地都有独特的语言文化，每一个地方的群众都有其喜闻乐见的交流方式。带着泥土气息的话语，看似直白朴素，却蕴含着群众的智慧与情感，能够有效拉近党员干部与群众的距离。党员干部要“入乡随俗”，主动学习群众的语言，并在这个过程中多了解当地的风土人情、掌握群众的思想动态。通过多听、多学、多练，将群众口中的“实在话”“贴心话”融入政策宣讲与工作中交流中，把政策中的专业术语“翻译”成群众熟悉的家乡话。比如，在讲解医保政策时，用“看病能报销，住院少花钱，这就是咱老百姓的‘健康保护伞’”这样的鲜活表述，既生动形象，又朗朗上口，让群众乐于听、记得牢。

善讲群众语言，不是“软任务”，而是党员干部必须掌握的“硬本领”。党员干部唯有以群众听得懂的话传递政策温度，以群众信得过的话彰显担当作为，以群众喜欢听的话拉近情感距离，才能真正走进群众心中，增进与群众的鱼水情谊，凝聚团结奋斗的磅礴力量。（10月17日《人民日报》）

担当实干全力冲刺四季度

本报评论员 刘太福

收官之战的底气所在、信心所依。必须清醒认识到，四季度是加快发展的黄金期，稍有松懈便可能错失良机。要坚决摒弃“歇脚松劲”心态，增强“逆水行舟，不进则退”的紧迫感，将积累的发展优势和昂扬的干事热情，转化为决战决胜的强大信心与扎实行动，向最难处攻坚，朝最高处攀登。要以舍我其谁的锐气与担当，敢于啃下发展中的“硬骨头”，勇于打破思维定式与路径依赖，推动科技创新、产业升级、营商环境优化等“关键变量”加速转化为澎湃发展的“最大增量”。

要聚焦重点，狠抓落实。政策部署千万条，落地见效是关键。我们要以钉钉子精神，盯紧目标不动摇，咬定青山不放松，一项一项抓落实。要全力稳住工业经济“压舱石”，坚持实体经济为本、制造业当

家，以头等力度推进工业经济“头号工程”。要更大力度推动重点项目建设，强化项目招引，强化要素保障，强化项目储备，接续谋划一批支撑性、引领性、示范性的重大项目。要在推动服务业扩容提质上再加力，更大力度发展港航物流，多措并举挖掘消费潜力，寻找新的增长点。同时，要全力以赴防风险惠民生，统筹抓好安全生产、生态环保、社会稳定等底线任务，办好民生实事，更好地保障和改善民生，为实现“全年红”提供坚实支撑。

要压实责任，凝聚合力。目标的实现，最终要靠责任的落实。各级各部门要切实把握目标任务真正记在心上、扛在肩上、抓在手上、落在行动上，健全责任传导机制，形成全市上下同心协力、蹄疾步稳的攻坚氛

围，时不我待，奋勇争先，推动各项决策部署不折不扣落到实处。要锤炼严实作风，善于运用系统思维，强化统筹协调，对照年初目标任务全面“回头看”，梳理进度、查找短板、精准施策，把蓝图转化为具体举措，把部署落实为有力行动。“不谋万世者，不足谋一时。”要及早谋划明年工作，科学编制“十五五”规划，着眼长远、统筹全局，推动新时代现代化强市建设迈出新步伐、取得新成效。

时间不等人，发展不等人！让我们坚定信心、昂扬斗志、奋力拼搏，咬定目标不放松，稳扎稳打向前行，跑出加速度、干出高水平、拼出好业绩，为高质量完成全年目标任务、推动“十四五”规划圆满收官、实现“十五五”良好开局打牢坚实基础，为全省发展大局作出新的更大贡献！

锐 评

持续激发
中小企业活力

李芃达

工业和信息化部最新数据显示，今年前8个月，规模以上工业中小企业增加值同比增长7.6%，增速比大型企业高3.3个百分点，总体运行平稳、创新活力持续迸发态势愈发明显。

从DeepSeek在大模型行业引起广泛关注，到宇树机器人在各类比赛中大显身手，中小企业始终勇立创新潮头。2024年，我国中小企业有效发明专利中，独立研发产生的比例为75.3%，较上年提高3.9个百分点；研发经费投入在100万元以上的比例达到16.8%，较上年提高0.6个百分点；小型、微型企业发明专利产业化率分别为57.8%和36.7%，创“十四五”以来新高。中小企业凭借其反应灵活、适应性强的特点，在变化莫测的市场环境中以创新赢得竞争主动权。

作为中小企业队伍中的“排头兵”，专精特新中小企业长期深耕细分领域、苦练内功，形成一批亮眼的科技成果。全国1.46万家专精特新“小巨人”企业拥有32.74万项发明专利，占企业发明专利总量的11%。今年前8个月，规模以上工业专精特新“小巨人”企业研发费用占营业收入比重为5.4%。

激发中小企业创新活力，要走专精特新发展道路。一方面，营造包容性强的创新环境。原始创新甚至是非颠覆性创新不仅需要“枯坐冷板凳”的坚定，更需要耐心资本的持续投入。要进一步规范政府投资基金发展方式，完善增值融资和培育成长制度，发挥好特别国债、专项债等政策引导资金作用，重点支持“卡脖子”技术领域的初创科技企业。推进设立国家中小企业发展基金二期，带动更多社会资本投早、投小、投长期、投硬科技。

另一方面，加大对中小企业数字化转型的支持力度。当前，以人工智能、大模型为代表的新一代信息技术加速演进，深刻改变企业的创新范式和生产方式。政府部门要遴选一批示范作用强、可复制易推广的数字化转型典型解决方案，为企业转型指明方向，解决其“不想转”难题；通过财政补贴、税收减免、专项基金等金融手段，满足中小企业转型资金需求。此外，还要大力培育一批高水平数字化转型服务商，为中小企业提供小型化、快速化、轻量化、精准化产品和服务，降低转型成本，破解“不会转”难题。

激发中小企业创新活力，要推动其深度参与产业链供应链，提升配套能力。常态化开展大企业“发榜”、中小企业“揭榜”工作，畅通大中小企业供需对接渠道，真正实现创新需求由市场提出、创新主体由市场选择、创新成果由市场验证，加快攻克产业技术难题。在此过程中，各地需扮演好“店小二”角色，组织好中小企业服务机构、平台型企业、科研院所、金融机构等，加强服务支持，为中小企业融通创新营造公平公正环境。

中小企业是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。中小企业好，中国经济才会好；中小企业活，中国经济韧性就会强。各地各部门要密切关注中小企业在发展中的急难愁盼问题，从政策法规、优企培育、公共服务等角度出发，构建促进专精特新中小企业发展壮大机制，不断激发中小企业创新活力。（10月20日《经济日报》）

他山之石

服务消费潜力巨大

10月20日《人民日报》洪勇

背景：“十四五”时期，随着服务消费场景更新，服务消费潜能激活，居民服务性消费支出实现较快增长。2020年至2024年，居民服务性消费支出年均增长9.6%。

观点摘要：服务消费一头连着经济，一头连着民生。扩大服务消费，是大力提振消费、全方位扩大国内需求的重要抓手，也是增进民生福祉、满足人民美好生活需要的内在要求。

随着市场潜力不断释放、消费结构持续升级、产业发展不断加快，扩大服务消费空间广阔。我国拥有全球最大规模的中等收入群体，市场空间大、成长性好，特别是养老育幼、医疗健康等服务领域潜力巨大。同时，新型城镇化进程加快，更多农业转移人口市民化，带动了教育培训、文化娱乐、居住服务等消费新需求。移动支付、物联网、大数据、人工智能、虚拟现实等新技术在服务领域加快应用，也为扩大服务消费注入新活力。

废墟探险，被滤镜美化的危险游戏

10月21日《工人日报》王志高

背景：废弃工厂、停诊医院、烂尾楼盘……据10月19日上观新闻报道，近年来，一股深入都市废弃建筑的“探废”风潮在社交媒体上悄然流行，一些被城市遗忘的角落成为年轻人追捧的“打卡圣地”。

斑驳的墙壁、锈蚀的机器、空旷的车间……社交媒体上被精心裁剪调色的废墟照片，在滤镜下被赋予了颓废的“诗意”。然而这种“诗意”却刻意隐去了泥泞的道路、潜伏的蛇虫、刺鼻的霉味和摇摇欲坠的结构。这不是什么美学探索，而是一场被社交媒体所驱动的冒险表演。

观点摘要：令人担忧的是，私域社群和专门平台的兴起，让这种冒险正从个人行为演变为有组织的集体行动。当破坏门锁、躲避保安被当作经验分享，当法律风险被法不责众的心理淡化，探险正在变质为对规则和安全的集体漠视。

残留的化学品、重金属粉尘、石棉纤维等，可能造成不可逆的健康损害；锈蚀的楼梯、松动的墙体，可能随时夺走人的生命。法律的边界同样不容模糊。无论建筑物是否废弃，产权关系依然存在。未经许可可进入可能构成非法侵入，破坏行为更可能涉嫌犯罪。

年轻人对城市未知角落的好奇可以理解，探索精神也应得到认同。但真正的探索不应以危及安全、涉嫌违法为代价。在探索废墟外，我们还有很多合法方式来了解城市的历史与变迁——博物馆、历史档案、城市规划展览、对公众开放的文化遗址，这些都能提供同样深刻而安全的体验，为何偏要选择更危险的路？

生活的诗意不在于冒险本身，而在于发现美的眼睛；青春的勇气不该挥霍于无谓风险中，而应用于更有价值的创造。废墟不会因某些人的到来而重现光彩，但某些人可能会因一次冒险而失去光彩的未来。按下快门前，请先确认脚下的路是否安全；追逐潮流时，莫让短暂的刺激掩盖了沉重的代价。

情绪价值改写消费规则

10月20日《经济日报》卢杨静

背景：“用养乐多来做叉烧”“包场KTV站着唱4小时减肥”“学英语直接把小红书切换成英文版”……前段时间，一系列听起来像段子、做起来却高效的“邪修妙招”，在社交媒体上疯狂刷屏。

不少品牌敏锐捕捉到这一趋势。Jellycat推出的大脑器官毛绒玩具，被不少打工人买来摆在工位上。沪上阿姨推出“五黄高纤慢养瓶”，将五种养胃谷物打磨成“五黄乳”，精准契合当代打工人“靠奶茶养胃”的“邪修”养生观念。旺仔牛奶品牌为新品“冻痴冰激凌”开发薄荷咖啡“邪修”配方，吸引大批消费者打卡尝试。

观点摘要：新的热潮为品牌营销指明了新的发展方向。一方面，品牌与消费者的关系正从“价值传递”转向“价值共创”。传统的“厂商研发—市场推广”模式正在被颠覆。品牌开始主动融入社区，倾听并吸纳用户的创意。这种“反向创新”在贴近消费者真实需求的同时，更显著降低了产品试错成本。

另一方面，品牌营销需更加重视提供情绪价值和身份认同。传统的品牌营销侧重于功能宣传和品牌形象塑造，而当情绪消费成为热点，品牌文案和内容需要理解这背后的发展指向。诸如将降噪耳机定义为“办公室摸鱼神器”，把空气炸锅包装成“懒人米其林那修装备”……这样的营销，成功让消费者在“花小钱买乐子”的同时，实现与品牌的深度链接。

取消超时罚款能否破解骑手之“困”

10月17日《南方日报》维辰

背景：继美团、饿了么试点取消骑手超时罚款后，10月16日，京东外卖宣布，已在深圳、南京、哈尔滨、武汉等全国25个城市试点取消骑手订单超时罚款，改为启用“服务分”管理机制：骑手若出现配送超时，将不再直接扣除现金，而是依据超时区间扣除相应服务分，推动管理方式从处罚约束向正向激励转变。美团、饿了么也是以超时扣分、准时加分的“计分制”，代替原有的超时罚款。

观点摘要：首先得承认，配送速度对外卖发展至关重要。超时罚款，可以说是提高外卖配送速度的最有效手段之一，这是其存在多年的重要原因。有效，不代表合理。外卖平台根据路程计算配送时间，却无法精细化考量路上堵不堵、小区不让进等具体情况。外卖超时，许多时候不是骑手造成的，却要他们承担所有后果，有失公允。

今年9月，市场监管总局组织起草的《外卖平台服务管理基本要求（征求意见稿）》明确指出，平台、用工合作企业不应将扣款作为配送超时的主要处罚方式，涉及扣款的规则和扣款情况应充分征求工会和配送员代表的意见并进行公示，不仅体现了从效率优先到以人为本的转变，更是一种纠偏。三大外卖平台相继落实，有望避免超时罚款给骑手带来过度压力，以及其间闯红灯、逆向行驶、超速等交通违法行为带来的公共安全。

试点取消超时罚款，该担心的不是消费者，反倒是平台该进一步观察，此举能否真正避免骑手用安全换速度。深层次来看，平台如何派单、如何计算配送时间、如何规划路线、如何分配收益，种种算法、制度设计都会影响骑手行为。引导安全、高效配送，实现骑手、消费者、商家、平台共赢，是个系统工程。（华峰 辑录）

