

■ 新华聚焦

促进各方面政策形成组合效应

——国家发展改革委回应当前经济热点问题

如何进一步促进制造业恢复发展?宏观政策怎样统筹协调、形成合力?如何推进大规模设备更新和消费品以旧换新?国家发展改革委5月21日举行新闻发布会,回应了当前经济运行中的热点问题。

制造业将保持恢复发展、结构优化的态势

制造业PMI是反映制造业发展的重要“晴雨表”。3月份和4月份,我国制造业PMI均位于50%以上的扩张区间。

国家发展改革委新闻发言人李超分析,这反映出随着宏观政策效应持续显现,工业生产稳定增长,企业效益有所改善,景气水平和企业预期持续向好。

“总的看,我国制造业将继续保持恢复发展、结构优化的态势。”李超说,国家发展改革委将加快培育新质生产力,切实提高制造业发展质效。要扩大汽车、家电、手机等商品消费和文旅等服务消费,加大力度培育打造消费新场景新业态等新增长点;深入实施制造业核心竞争力提升行动计划,引导企业应用先进适用技术改造升级,不断提升制

造业高端化、智能化、绿色化水平。

设备更新和消费品以旧换新需求正持续释放

大规模设备更新和消费品以旧换新政策社会广泛关注。

李超介绍,国家发展改革委同有关部门制定落实相关行动方案和政策举措,加大中央投资对设备更新和循环利用项目的支持力度,明确汽车以旧换新补贴政策,设立5000亿元科技创新和技术改造再贷款。同时,北京等27个省市印发落实方案,因地制宜出台制造业贷款贴息、以旧换新补贴、消费券等支持政策。在各方共同努力下,设备更新和消费品以旧换新需求正持续释放。

“推动设备更新、消费品以旧换新要坚持市场为主、政府引导。”李超分析,不少民营企业在研发、生产、销售等方面具备优势,有能力、有条件、也有意愿参与大规模设备更新和消费品以旧换新。据有关方面不完全统计,部分家电企业、汽车企业已公布的以旧换新补贴计划金额超过150亿元;多家电商平台与生产企业合作投入超过100亿元开

展以旧换新促销活动。

李超表示,国家发展改革委将抓紧建立设备更新和消费品以旧换新工作机制,会同有关部门持续完善并推动落实“1+N”政策体系,充分发挥经营主体作用,引导全社会共同投入,更加全面深入参与设备更新和消费品以旧换新。

推动增发国债项目6月底前全部开工

去年我国增发1万亿元国债,专项用于支持灾后恢复重建和提升防灾减灾能力。

李超介绍,相关资金已于今年2月前全部下达各地方。增发国债项目进展总体顺利,各地正在抓紧推动项目开工建设。截至目前,在已落地的1.5万个项目中,已开工建设的约1.1万个,开工率超过70%,特别是灾后恢复重建项目总体进展较快。

她表示,国家发展改革委积极推动增发国债项目于今年6月底前全部开工建设,特别是推动加快防汛、水毁等项目建设进度,确保重点恢复重建工程在今年汛期前建成并投入使用。

促进各方面政策形成组合效应

开展宏观政策取向一致性评估,是加强宏观政策统筹协调的重要手段。李超介绍,按照党中央、国务院决策部署,国家发展改革委牵头开展这项工作,对各部门出台有关政策文件与宏观政策取向的一致性进行综合评估,确保各项政策同向发力、形成合力。

李超说,针对拟出台的各项政策,根据年度宏观政策取向,科学精准评估各类政策的直接和间接影响。对受理接受评估的政策,严格按照评估程序征求意见、研究论证、沟通协调,推动各部门根据评估意见不断调整完善政策。此外,推动相关方面在政策制定、出台、落实、调整等各个阶段都要保持与宏观政策取向的一致性,促进政策最终效果符合党中央决策意图。

“下一步,我们将持续提升评估工作的质量效率,创新完善评估方式方法,强化政策协调和工作协同,促进各方面政策形成组合效应,更好服务经济高质量发展。”她说。

据新华社北京5月21日电

■ 新华随笔

胖东来爆火的朴素逻辑

当下实体商超普遍日子不好过,但在社交网络上,经常看到网友这样的刷屏:“胖东来何时开到我家门口?”

成立近30年的胖东来商超,名字由其前身“胖子店”和其创始人于东来的名字组合而成。目前,胖东来13家实体店都在河南,其中11家在许昌,近年来凭借赶超景区的火爆人气频频出圈,被一些网友称为“没有淡季的6A级景区”。

胖东来到底有多火?今年几组数据可见一斑:

元旦假期,许昌胖东来7家店共计接待游客近100万人次;春节8天长假,许昌全市11家4A级景区共接待游客约127.3万人次,而胖东来的3家综合商超仅3天时间累计客流量就达116.33万人次;刚过去的“五一”假期,同样3家商超单日接待约31万人次,客流量再创新高。

即使在非节假日,胖东来门前的长龙也是常态,其中不少人从外地自驾或者乘高铁远道而来。受其流量带动,许昌这座古城也炙手可热,当地为此开通了网红旅游购物专列。

商超变“景点”,胖东来的流量密码是什么?

记者带着问题现场探访,门前排队的顾客你一言他一语:“选材良心”“货真价实”“胖东来的产品,用着放心”“对消费者极度贴心”……消费者“用脚投票”,回答简短利落,却透出朴素的商业逻辑:好商品、好服务才能赢得好口碑。

免费提供纸杯和热水,设有宠物暂存地,为看不清字的老年人提供老花镜;肉类熟食先称重再装汤汁,蔬菜的标签像生活百科,不仅注明产地、供应商,有的甚至标出做法;售出商品七日内正常调价,将主动退还差价……还有顾客说,曾经在购物时孩子突发不适,向商场求助后,胖东来员工开车把孩子送到医院,并全程帮忙陪护。

记者体验发现,商场内外,贴心的细节随处可见。诚意满满的服务引发共情共鸣,一些顾客直言:“在胖东来消费,购买的是商品,体验的是爽感。”

商品和服务之外,胖东来在尊重员工

权益方面的做法也被广为称道。一方面,公司把每年所赚利润的绝大部分分给员工,让员工收入在当地保持较高水平;另一方面,还通过“周二闭店”“委屈奖”等措施提高员工福利待遇,受到员工欢迎。

胖东来从地方走向全国,互联网口碑传播的推动力量不容忽视。

在不少年轻人眼里,胖东来既是商超,也是文化新地标,“打卡”胖东来成了时尚风潮,人们边购物边直播,线下线上热度叠加,全国各地越来越多的顾客纷至沓来,胖东来的流量进一步呈几何级数放大。

在“流量经济”时代,消费领域从不缺少“出圈”的热点。当一个消费现象持续火热,就值得探究其内在逻辑。

从货真价实的商品到精益求精的服务,从“宠爱”消费者到尊重员工,胖东来“内外兼修”,在消费者、“打工仔”乃至整个社会激发出广泛共鸣,由此打破了日常购物和文旅体验之间的边界,在传统商超领域挖掘出了新的消费增长点。经过互联网传播的加持,悄然完成了商超变“景点”的演化。

根据媒体最新报道,胖东来成功之道引发关注,国内一些商超主动对标进行调整改造。商业市场复杂多变,模仿复制的效果尚有待观察,但胖东来的样本启示意义是具有普遍性的:高品质的供给激发新需求,新需求催生更高质量的供给。

拉长观察镜头、放眼大江南北,供给与需求的良性互动并不鲜见;从人山人海的贵州“村超”到厚积薄发的“尔滨”冰雪游,从一串麻辣烫点燃天水旅游“热辣滚烫”到“王婆说媒”带火开封大宋武侠城……

这些消费领域新亮点新场景新业态的涌现,既映射出国内大市场的活力与潜力,也说明只要扣准经济社会发展脉搏,回应人民群众的更高期待,消费者和市场的双向奔赴将更加精彩。

当下,随着传统消费提质升级,新型消费成长壮大,潜在消费需求不断释放,我们有理由期待市场出现更多“胖东来”。

新华社郑州5月21日电

■ 新华时评

规范管理,推动基础教育高质量发展

王鹏

建设教育强国,基点在基础教育。基础教育的高质量发展、少年儿童的健康成长,离不开风清气正的教育环境和生态。

近日,教育部办公厅印发了《关于开展基础教育“规范管理年”行动的通知》,要求重点规范整治安全底线失守、日常管理失序和师德师风失范等三方面问题,明确了严禁出现违反社会主义、歪曲历史、美化侵略等错误言行,严禁校园内发生学生欺凌行为等基础教育规范管理的十二条负面清单,全面规范基础教育领域办学行为。

推动基础教育高质量发展,需要着力解决基础教育领域存在的突出问题和底线问题。

近年来,我国中小学规范办学水平不断提升,但个别地方和学校仍然存在一些违法违规、违背教育规律和教育功利化短视化行为。本次通知明确的整治重点和负面清单,不是新政策、新规定,而是对于基础教育坚守底线红线要求的重申,覆盖学校办学治校各方面,有助于筑牢制度堤坝,推动办学治校明底线、守规则,增强基础教育战线的政治意识、法律意识、规矩意识。

推动基础教育高质量发展,需要营造

学校、家长和社会齐抓规范管理的浓厚氛围。

从“规范管理年”行动的通知看,既明确了有关部门和学校的主体责任,也提出切实加强组织领导、建立监督曝光机制等,广泛动员学生家长和社会各界的力量。这一方面要求教师和学校严格遵循教育规律和学生身心成长规律开展课程教学,另一方面也要求各地教育行政部门周密安排部署、加强正面宣传,同时要健全家校社协同育人机制,凝聚家校社合力,充分利用社会资源共同办好基础教育。

推动基础教育高质量发展,还需要建立

起规范管理的长效机制。“规范管理年”虽然是全国范围的年度重要行动,但并非单纯的年度性工作,应该以阶段性行动为契机,树立正确的教育理念,增强规范办学的内在自觉,把“规范管理年”行动成果,转化为教育系统和广大中小学依法管理、从严管理、规范管理的长效机制,从整体上提升基础教育质量、营造良好教育环境,进而让教育的发展成果更好惠及每一位少年儿童。

新华社北京5月22日电

■ 新华观点

这些政务号,摁错了去留的“开关”

过去一个多月时间里,多地政务微信公众号、微博法人号陆续关停。有的主动关停,有的长期停更,还有的正在启动注销程序……

从一哄而上建号开张,到扎堆关停,许多网友担心,今后查询信息会不会变麻烦?办事是不是要多跑路?也有网友吐槽,关注的账号长期不更新,与其僵尸般存在,不如关停了省心。

更多网民表示看不懂:新媒体政务号到底怎么了?

最近一段时间,昆明、长沙、西安、青岛、南京等地的一大批基层政务微信公众号、微博法人账号停止更新并启动注销程序。根据相关公告,这些政务号停更后,相关信息资讯、公示、公告等内容并入属地政府网站。

互联网时代对政府和民众的沟通提出了新要求。新媒体是发布信息、服务群众的便捷途径。推进基层政务新媒体建设的初衷,就是为了方便群众办事,推进政务公开,拉近政府和群众的距离,促进基层治理更加高效透明。

然而,一些地方在推进政务新媒体建设的过程中,却渐渐跑偏了方向,一味地铺摊子、扯面子,不切实际、贪大求洋。特别是网络技术一日千里的今天,微信、微博、小程序、客户端层出不穷,个别地方觉得不办个新媒体、不建个公众号,就是落了伍、丢了面

子。一个村也得搞个APP,一个乡镇也得建个融媒体矩阵,有些既有政务软件明明能够覆盖相关服务,却偏要“另起炉灶”;有些账号为了增加活跃度,不得不人工刷号……这样的政务新媒体,传播效果可想而知。

更有甚者,个别地方为了数字好看,主要精力不是放在内容建设上,而是放在相关账号的推广上,下任务、拉人头,求关注、派转发,一个好端端的新生事物,生生变成了讨人嫌的摊派任务。

难怪有些基层干部吐槽,这些政务新媒体的内容是,更谁谁看,谁更谁看,甚至更了也不看。

梳理这些关停的政务号,不难发现,内容粗糙、脱离群众、疏于管理是共性问题。

有的号从注册到注销,就没上心更过。以四川某镇政府的微信公众号为例,自2017年注册到今年4月25日停更,标记为原创的内容只有5篇,大量内容是对其他媒体的全文转载。

有的号被养成了工作动态、值班日志,离群众很远很有隔阂。要么是工作动态,要么是会议纪要,不是领导去哪儿了,就是又开了个什么会议,把本该面向群众的账号,活生生办成了自家的内部黑板报。

有的号疏于管理,充斥着推销商品、玄学算命等内容,有的甚至公

号私用。认证为“中共镇原县委宣传部官方微博”的蓝V政务微博,曾经多次发布“测算、合婚、开财运”等内容,引发网民争议。

还有大量账号,被养成了僵尸号。以最近关停的江苏省某水务局账号为例,要么几日不更,要么一键转载,“注水”的痕迹简直不要太明显!十几人次的阅读量,半死不活的更新状态,正是部分政务新媒体账号的常态。

深圳卫健委微信公众号凭借“妖娆”的标题和极具“网感”的内容,成功“出圈”,在全国范围收获大量粉丝。

近期甘肃、吉林、黑龙江等地文旅账号和网民的有效互动,与网民“打成一片”,也起到了上情下达、下情上传的良好沟通作用。纵观“江宁公安在线”“浙里办”APP等优秀政务媒体号,无不是以内容的贴近性、服务性和实用性赢得群众的口碑。

这说明,揣着完成任务的心态敷衍了事,只能让群众平添反感;而以“从群众中来,到群众中去”的立场,以创新的互联网思维,讲好“为民服务”的故事,自然会被群众发自内心地喜欢。

这次政务新媒体账号关停潮,不应该成为政务号发展的终点,而是政务号回炉再造、提档升级的起点。让政务号回归为人民服务的初心本质,才符合广大群众的热切期待。

据新华社



5月22日,收割机在山东省临沂市平邑县下桥镇南安靖村的麦田里收割小麦。近日,河南、山东等地小麦进入成熟期,陆续开镰收割。
新华社发(武纪全 摄)