

将“不到位”查摆“到位”

王建明



近期,按照中央部署,各级党组织民主生活会正陆续召开。民主生活会是严肃党内政治生活的重要内容,是我们党始终保持先进性和纯洁性的“法宝”,查摆问题是高质量开好民主生活会的“重头戏”。但不难发现,对照检查材料中理论学习不到位、深入调研不到位、开拓创新不到位……“不到位”几乎成为对照检查材料的“标配”。

粗略一看,这许多的“不到位”,似乎体现了班子和个人不遮掩、不回避问题的清醒意识和主动查摆问

题的严谨态度。细细深究,就不难发现,这些“不到位”大多似曾相识,只是调改改、增增减减而已,几乎是往年的“涛声依旧”,这些放之四海皆准的问题,看似尖锐深刻,实则轻描淡写,讳莫如深。“老调重弹”查摆问题,大多是泛泛而谈,没有分析造成“不到位”的原因,没有给出如何做到“到位”的措施。

问题是时代的声音,更是工作的落脚点、着力点、突破点。“知不足然后能自反也,知困然后能自强也”。查摆问题是各级党委领导班子和个人参与民主生活会的首要责任,将“不到位”查摆“到位”,就是把问题找实、把根源挖深。所谓实,就是要具体化,对“不到位”查摆得越具体越好、越实在越好;所谓深,

就是要触及深层次问题、实质性问题,不大而化之、隔靴搔痒,真正把影响工作的原因查出来,把影响发展的短板找出来。党员领导干部要拿出“动真碰硬”的勇气和决心,拿党章党规“扫描”,用人民群众期待“透视”,同先进典型“对照”,仔细查摆自身存在的差距和不足。要“打破砂锅”深挖“病因”在哪里,以“尽精微”的姿态真正把自己摆进去、把职责摆进去、把工作摆进去,真正做到触及思想、触及灵魂。坚决防止避重就轻、蜻蜓点水、表里不一等“假把式”。多一些实际内容、少一些闪烁其词,不用笼统抽象的问题代替具体实际的问题,不以客观性问题代替主观性问题。

“行百里者半九十”,查摆问题的最终目的在于解决问题、推动发展。

民主生活会质量高不高,关键要看会后落实整改的紧迫性和实效性,将“不到位”查摆“到位”,最终目的是将“不到位”补“到位”。“光说不练假把式”,绝对不能在民主生活会上表决心,会后整改落实却“迈不开步子”,说归说做归做、只出题不答题。对于沉疴顽疾,要勇下猛药,做到即知即改、立行立改,决不说一套、做一套,确保问题整改干净彻底;对于需要长期整改的问题,坚持从制度入手,健全机制体制,既抓当下,也管长期,做到“治已病”和“防未病”一体推进,做到“不到位”不彻底解决不松劲、群众不认可不罢休,以实干绩效确保民主生活会开出好成效。

(作者系本报特约评论员)



■摘要

这么多大公司将公司总部设在中小城市,那一定是中小城市有着和大城市不一样的气质。充分考量企业家精神后出台城市发展规划与经济政策,当是一条可行的中小城市突破、超越之路。

2024年,商业零售界有一个贯穿全年的热点话题,即关于胖东来的种种分析与诠释。2025年的第1个月,一篇全新角度的解读文章,却带给了我们跨领域的启示。

文章来自公众号“数字社会发展与研究”,题目为《下沉市场的逆袭》。全新角度为:“胖东来的出现颠覆了我们的认知,原来商业模式不只是二三线城市向下兼容,三四线城市也可以实现向一二线城市逆袭”。不只有胖东来,文章还以茶饮行业为例,近年来风靡全国的品牌大都不是诞生于一线城市,而是在二三线城市甚至中小县城:霸王茶姬的第一家门店是在昆明,喜茶的第一家门店在广州东江门市,蜜雪冰城的第一家门店在郑州,古茗第一家门店在浙江温岭大溪镇,茶颜悦色的第一家门店在长沙……由此发散,文章发现,不只是零售品牌,几乎所有行业的公司都可以起步于中小城市,走向全国迈向世界。以2024年财富500强中的美国公司为例,排名前20公司的总部所在地,全美前十大城市中只有纽约,人口超过50万的城市也只有西雅图、夏洛特和印第安纳波利斯三个城市,甚至有11个公司是将其总部设在人口低于10万的城市。再以世界500强公司中的中国民营企业为例。2023年入围的34家民企分布在13个城市,城市集中度远远低于央企和国企,而且民企既有一线大城市,也有在中小城市,甚至还有坐落在乡镇的。

这个解读之所以重要,因为,现今的城市竞争,越来越呈现出“马太效应”。一组最新的数据证明了招商环境的剧烈变化。投中研究院最新发布的《科创企业发展报告》统计了全国共计77.3万家科创企业的融资和迁移情况,发现科创企业的迁移数量在去年急剧下降,仅有7121家企业选择了跨市迁移。这与2021年巅峰数据相比下降了36%;与2023年相比下降了29%。个中原因很多,一方面,与前两年激烈的地方法商竞争相比,现在部分地区能够开出的筹码明显减少,招商引资出台后尤甚;另一方面,科创企业往往是一个地区发展相对成熟、含金量相对较高的企业,地方政府留住本土企业的力度在逐年增强,进一步降低了企业搬迁的意愿。文章断言:“下降29%”这一数据,可被视为地方招商格局逐渐尘埃落定的信号之一,并预计2025年科创企业的跨市迁移数据还将进一步下降。届时,招投标分离、内生性产业培育等趋势或更加明显。公众号“招商引资内参”对2025年国办1号文《关于促进政府投资基金高质量发展的指导意见》的解读也指出,让政府投资基金从“招商”转变为“养商”,是《指导意见》的一大目标。

这样的竞争趋势下,中小城市的招商引资往何处去?《下沉市场的逆袭》则给了我们新的启示与信心。如

文章中所言:大城市的优点不言而喻,但是这么多大公司依旧将公司总部设在中小城市,“那一定是中小城市有着和大城市不一样的气质,才使得他们能够抵御住大城市的诱惑。”

与大城市相比,中小城市得天独厚的优势在哪儿?《下沉市场的逆袭》借沃尔玛公司创始人山姆·沃尔顿之口,说出了两点。其一是可以避免“深陷陷入不动产、城市规划和地方政治的漩涡之中”,其二是不需要任何广告,“通过人们的口碑宣传就能很快地把你的促销信息传递给顾客”。从这两点出发,我们可以理解,中小城市的优势,一是少诱惑,可以让企业专注本业发展,少桎梏,可以让企业全力产业创新;二是运营成本低,可以让新产品、新模式低成本试错、快速迭代,从而更快地进入市场良性循环。而这样的优势,可谓天然适合企业家的生存与发展。

近年来,北大经济学教授张维迎在多个场合反复强调要重新理解企业家精神。张维迎说,回顾人类过去两三百年的发展历程,尤其是中国近几十年的显著变化,我们不难发现,真正的飞跃并非仅仅源自资源配置的优化,更重要的是新资源、新产品和新技术的喷发式涌现。若我们把市场理解为一个创造性的过程,创造新的资源和新的产品,而不只是配置给定的资源,企业家和企业家精神是政府根本没有办法替代的。人类天生具备创造力,但如何有效激发这种潜力至关重要。企业家精神,正是这一创造力的集中体现,展现了从无到有的能力,这是政府难以替代的。

2024年5月,北京大学国家发展研究院传媒之友内部分享会上,张维迎明确提出:“如何激发和保护企业家精神是战胜经济挑战的基础变量。”他说,中国面临的诸多政策挑战,并非单纯的技术性问题,而是如何有效激发企业家精神的问题。要实现这一目标,关键在于两大要素:一是制度保障,特别是对私有财产权的保护,这是企业家精神得以生根发芽的基石;二是文化环境,社会应倡导尊重财富、鼓励创新的文化氛围,避免社会中的仇富心理和嫉妒情绪阻碍企业家精神的发挥。正如生物进化中的变异是推动物种进化的关键,企业家是社会经济发展中不可或缺的变异力量,他们不断挑战现状,推动社会向前发展。没有企业家,社会或许仍能维持基本运转,但无疑将陷入停滞,不断重复着既有的模式。我们必须充分认识到企业家精神的重要性,并为他们提供更加宽松、包容的制度和文化环境。

事实上,今日的城市竞争,正越来越趋向于一个“既有的、稳定的结构”。我们常说的新路超越,不就是要不断打破“既有的模式”,以变异力量“推动物种进化”吗?如是,结合《下沉市场的逆袭》中所说的中小城市优势,充分考量企业家精神后出台城市发展规划与经济政策,当是一条可行的中小城市突破、超越之路。

张维迎曾以智能手机市场的小米、电商市场的拼多多为例,指出:“事实上,竞争通常是从看不见的地方出现,由无名的企业家发起,所以没有一个在位的‘垄断者’可以高枕无忧。”只要企业家精神能够自由发挥,谁也不可能垄断市场,不论你看上去多么不可一世!”

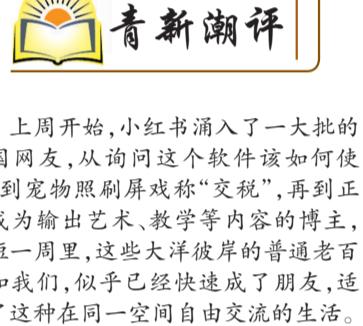
企业竞争如是,城市竞争亦如是!

「招商」转「养商」,中小城市的优势

华翔

当小红书成为“地球村”

吴韵晗



上周开始,小红书涌入了一大批的外国网友,从询问这个软件该如何使用,到宠物照刷屏戏称“交税”,再到正式成为输出艺术、教学等内容的博主,短短一周里,这些大洋彼岸的普通老百姓和我们,似乎已经快速成了朋友,适应了这种在同一空间自由交流的生活。

作为该软件的深度使用者,我确实更开心了。开心在于在传播中国文化的内容下,有来自世界各地的网友好奇地询问“这是什么”,也开心于能在分享的故事下听到不同的声音和视角,这种大家其乐融融地讨论、交流的氛围,曾经是我们对“地球村”的美好幻想。

从上个世纪八九十年代,互联网和万维网出现以来,“地球村”这一概念也随着传播媒介的变化发展而在人们心中扎根。提出这一词语的传播学家麦卢汉认为,电子媒介实施着“重新村落化”,这种新兴的感知模式会将人类带入一种极其融洽的环境之中,消除地域的界限和文化的差异,把人类大家庭结



为一体,开创一种新的和谐与和平。在如今新时代不断变化的国际形势下,海外部分国家战争频发、大国关系趋于紧张,人民之间似乎离当初构想的“地球村”还有不少距离。大家各自生活的传媒语境存在割裂,沟通亦有障碍,但世界人民对开放、交流、互鉴的需求和渴望从未被磨灭。

有外国网友在小红书上发文,解释为何大家更愿意选择中国社交软件而非推特、Instagram等国外主流软件

是平台的算法更为精准,互动更加高效,中国网友分享的内容更加真实、评论更加友善,也是中国丰富的传统文化和日新月异的面貌深深吸引了他们。小红书官方和中国的广大网友们,也的确以包容的姿态、趣味的交流,让这次小红书的海外爆火,成为一次绝佳的中西对话。在这里,我们能看见各地的可爱宠物成为展开交流的第一话题,看见各国人民互相关心彼此的生活日常,听见世界的语言互相同好,也能见到更新文化自信的同胞们,呼吁海外网友用中文发帖、推荐中国艺术和文化。大家在玩笑中彼此交流,在和谐中相互拥抱,构成了这幅美丽的“地球村”画卷。

互联网在潜移默化中,让世界变得

更小、更紧密,也让彼此之间的理解更加深刻。接下来,我们如何进一步消弭误解,运用好互联网平台,运用民间力量把人民生活展示出来,把中国声音传递出去,把中国故事讲得动听,是国家、平台和我们共同努力的课题。

(图:吴韵晗)

官酱园,百年好滋味“三合一”的开始

周竹生

每次从丹阳去镇江,都会路过醋香扑鼻的恒顺醋业,都会见到老312国道边的恒顺醋业专卖店。见过很多次,但是一次也没有下车到专卖店里买一瓶恒顺醋。

1月18日,再次路过此地,正赶上48届恒顺醋文化嘉年华开幕,特地停下车,游览了一下官酱园,感受了一回打酱油的氛围,买了一瓶恒顺香醋。

镇江美食有锅盖面、肴肉、香醋。前不久市委书记马明龙继续撰写三篇文章《锅盖面里的镇江味》《镇江香醋里见风骨》《美好镇江有佳肴》,既推介了镇江三大美食,也介绍了镇江

的历史文化,影响广泛,同时也为镇江百年好滋味持续向好越来越好提出了新要求。

好滋味的呈现,自古以来从美食家到平民百姓已经找到了相关鉴赏标准,那就是色香味俱全。而镇江恒顺香醋和恒顺酱油都是百年好味道的底料。

镇江三大美食中锅盖面、肴肉好滋味的最终出味还真少不了恒顺香醋和恒顺酱油两味。

正因为如此,官酱园的应运而生

为镇江百年好味道提供了现实版的百年老店,酱醋文化进一步发扬光大,老百姓可以耳闻目睹尝身边的中华美食

老字号。以我看,官酱园开启了镇江百年好滋味“闻见品”的“三合一”,连贯了镇江好滋味古今传承的历史,打通了镇江好滋味前店后坊的通道,开辟了一个可考古可购今可购物的镇江好滋味的新桥梁。

恒顺制醋完整地保留了代表中华食醋传统工艺精华“制醋先制酒、二十日由酒成醋”的恒顺国家级非遗制醋工艺,该工艺被誉为“活着的国家工业遗产”。恒顺醋业推出了多条工业参观线路,让游客在观赏中了解醋文化、体验醋工艺。2024年新建的恒顺官酱园在古老的“前店后坊”式经营模式基础上

(作者系本报特约评论员)

双向奔赴方能让共享停车场资源最大化

朱浩



上周,春运大幕已拉开。正当不少人为春节期间停车难发愁时,多地相继官宣春节期间道路停车位免费的消息,镇江也不例外,主城区预计将有5700多个道路停车位供市民和游客免费停放。盘活公共区域空间车位、全面开放部分机关事业单位的内部停车场供公众使用,此举不仅消除了市民的后顾之忧,也给这个春节增添了一份暖意。

春节期间,市民走亲访友或者出游选择自驾出行的比例增多,带

来最直接的烦恼便是停车问题,常常因为争抢车位而发生冲突。此时,多地官宣推出道路停车位免费开放这一看似平凡却并不平凡的举措,让广大群众不再为停车“一位难求”而困扰,不仅解决了出游客群众的“刚需”,也拉近了政府与群众间的距离,擦亮了城市品牌、树立了良好的城市形象。

开放停车位是对社会资源的合理利用。众所周知,春节期间,部分停车场的使用需求发生着变化。如政府大院内的车辆停放量直线下降;部分商业区的停车场可能白天较为繁忙,但到了晚上,车辆会大幅减少……通过开放这些停车位,一方面实现了资源的动态调配,提高

停车位的使用率,避免资源的闲置浪费;另一方面也培养了大家的共享意识和合作精神,促进社会的和谐发展。

因地制宜开放停车位是城市管理者关注民生、服务民众的生动体现。

曾几何时,在不少人的心中,政府大院停车场是专属机关人员使用的,

普通群众门难进,更别说免费停

车了。而随着近些年政府大院相

继“腾”出来,变成市民和外地游客的免费停车场时,体现了政府服务理念和服务水平的转变,更展示了城

市的人文关怀和包容精神,让市民和旅客感受到浓浓的市

民温暖和善意,从而吸引更多的人前来旅游、工作和定居,促进城市的发展和繁荣。

不得不提,“共享”停车场是政

府倾听民声、了解民意最直接有

效的途径,但值得注意的是,这份温

情和善意还需政府和群众双向奔

赴,才能真正发挥其应有的作用。

广大市民游客停车时需按照规定

时间、合理规范停放车辆,切勿长时

间占用停车位,共同维护好停车

秩序,让更多人享受到实实在在的

“获得感”。

关注“镇江有为”

看更多有意思评论

投稿邮箱:

zjrbplb@163.com

关注“镇江有为”

看更多有意思评论

投稿邮箱:

zjrbplb@163.com



顾客在许昌胖东来天使城店选购商品(资料照片)。

新华社发