

改革越深入，越要有主动性创造性

□桂从路

进一步全面深化改革的重要一年，抓改革落实情况如何？取得了哪些成效？两则新闻提供了观察视角。

一个是中办、国办印发《关于进一步保障和改善民生着力解决群众急难愁盼的意见》，对推动民生建设更加公平、均衡、普惠、可及作出系统部署。从全面取消在就业地参加社会保险的户籍限制，到全面推进城乡公共空间适儿化、适老化和无障碍改造，坚持问题导向和底线思维，改革锚定造福人民的价值取向，彰显在发展中保障和改善民生的温度。

另一个是水资源费改税试点。自去年12月份在全国范围内实施以来，改革效应初显。一季度全国共实现水资源税收入104亿元，其中新试点的21个省份较2024年季均水资源费收入增长16.4%。与此同时，首季征收新试点地区地下水、特种行业取用水量分别较去年季均下降15.4%和41.5%。一增一降，说明我国以刚性约束提高了节水效能，体现了改革破题和发展向新的良性互动。

从民生领域兜底线，到财税体制改革强激励，再到完善价格治理机制破堵点……今年以来，进一步全面深化改革蹄疾步稳，不断向纵

深推进。以改革之力打通卡点堵点、推动提质增效，群众获得感更加充实，发展的优势不断彰显、活力持续激发。从今年前5个月的经济数据来看，我国经济顶住压力平稳运行，展现强大韧性和活力，正是得益于改革的持续深入和有力支撑。

改革的深度、力度和广度，既体现为改革举措的系统性、全面性，也体现为解决突出问题的主动性、创造性。建设全国统一大市场，顶层设计已经明确，各地如何落实？上海提出立即清理与税收挂钩的产业扶持政策，全面禁止“税收优惠政策”招商行为；浙江以合作创新破解“内卷”，推动药品、医疗器械、化妆品产业走差异化发展道路……主动拆篱笆、清壁垒，让各类要素高效配置。破立并举，制度规范和实践探索双向奔赴、形成合力，不断激活统一大市场的潜力。

改革抓落实的过程，就是破解发展难题的过程。把改革的“总蓝图”变为“实景图”，奔着问题去、盯着问题改，既要有时时放心不下的态度，也要有持续攻坚克难的方法。习近平总书记指出：“用老办法应对新情况新问题，或者用零敲碎打的方式来修修补补，是解决不了大问题的。”正因如此，改革越深入，越要有创

新思维，创造性抓落实。

2024年，安徽整车出口量跃居全国首位，今年一季度，安徽以76.17万辆的整车产量位居全国第一。取得这样的成绩，一个重要原因是改革创新。不增加一个编制、实体化运行的“汽车办”加强统筹协调，既避免了无序竞争，又强化了政策协同、资源对接。出台全国首部省级层面新能源汽车产业专项法规，成立新能源汽车产业集聚区建设战略咨询委员会，构建开放型汽车产业生态实验室体系……一系列创新举措推动有为政府和有效市场高效统筹。

这启示我们，改革抓落实，要立足自身实际，因地制宜因势制宜，汇聚蕴藏在人民群众中的智慧和力量，敢于走前人没有走过的路，善于蹚出适合自己的路。

今天的中国正处在不进则退、非进不可的关键时期，改革步入深水区、无人区，每向前一步都不容易。倘若缺乏主动性、创造性，行动上慢半拍、思维上固化僵化，机械执行甚至“新瓶装旧酒”，就难以打开新局面。拿出“看准了就坚定不移抓”的劲头，真正提出解决问题的新思路新办法，改革才能乘势而上，发展才能勇立潮头。

来源：《人民日报》

让“敲门之声”化作共赢鼓点

□常普

招商引资，是各地促经济、谋发展的重要抓手。直接登门拜访，有利于同目标企业精准对接，然而，“敲门招商”并不是一件易事。一次采访中，一位中部地区的招商人员表达困惑：“以前敲门都带着‘礼’，给土地、返税收、送补助。现在招商引资更规范，没了这些优惠，企业可能客客气待，但项目还是落到了发达地区。”

抱着旧把式，谋求不来新发展。如今，优质的企业更看重产业生态、科创氛围和营商环境。一味靠税费、用地、奖补等政策来吸引企业，只会推高招商成本，形成“内卷式”竞争、“内耗式”发展。这既无益于产业跃迁，也不利于区域发展。

那么，企业的门到底该怎么敲？

带着市场好敲门。想“引凤归巢”，前提是“有枝可依”。如果没有明确的发展前景，缺乏合适的消费受众，即使引来“金凤凰”，也只会点水而飞，无法长久栖居。敲门时，市场机遇是最重要的底气，应用场景是闪亮的招牌。贵州威宁彝族回族苗族自治县围绕“链主”企业组建招商团队，拜访配套企业，讲明未来规划与成长空间，

实现以链招商、借商招商；江苏无锡市出台场景清单，公布包括低空经济在内的30个场景机会和90个场景能力，以创新生态招引企业落地。当区域发展规划与企业发展方向高度契合，合作便水到渠成。

精准服务显诚意。服务能“解渴”，配套不“操心”，这是区域招商的关键吸引力。安徽芜湖绘制产业链全景图、产业链补链图等，按照“一链一策”梳理上下游企业名单，由各级领导分批次带队外出、逐一敲门拜访，2024年探访重点企业2000余家次，签约亿元以上的项目780个。不一哄而上、盲目撒网，而是有的放矢、精准对接，才能实现双向奔赴。

招商引资中，政府恰如“红娘”，最忌“乱点鸳鸯谱”。找“近邻”摸情况，是牵手红线的有益探索。河北涿州对标《北京城市总体规划（2016年—2035年）》，编制《涿州市主导产业招商图谱》，按每周至少1次的频率进京访企；湖北安陆紧盯江浙沪项目动向，在得知美高电器计划从浙江迁出后，迅速组织专班对接，3个月不到便正式签约。谋势而动、就近发力、精准落

子，就能让敲门更顺利。

敲开门是第一步，让企业留下来、发展好，还要做好“后半篇文章”。现实中，有的地方只管前期投资，不顾未来发展，这种做法无异于竭泽而渔，长远看会让人关得更紧。要形成良性循环，就要在常态化服务上下足功夫。硬件上，要重视基础设施、宜居环境、人才队伍等建设；软件上，要树立亲清政商关系、提供良好公共服务、形成稳定政策预期。用全生命周期管理作“敲门砖”，以长期陪伴为“定心丸”，企业才会消除顾虑、大胆投资、安心发展。

招商引资不是一次性的“交易”，而是需要双方深入了解、相互信任的“联姻”。把门敲开，说到底还是要学会换位思考，从企业的角度考虑“为什么要来”“来了能得到什么”，在市场、环境、服务等方面有针对性地改进提升。俯下身子、转变职能，从单一的“政策供给者”升级为“生态营造者”，由单向的“项目承接方”转变为“发展合作方”，“敲门之声”自会化作共赢鼓点，推动高质量发展的同行者也会越来越多。

来源：《人民日报》

从“一进一退”看民生建设

□吕晓勋

上海、湖北武汉等地，推出定制公交；安徽马鞍山、山东东营等部分城市，宣布公共自行车停运。透过近期两则有关公共交通的新闻，可琢磨出做好城市公共服务的一些门道。

先看公交车。以往开通常规公交线路，从计划到许可耗时较长，无法及时满足多元出行需求。如今，上海居民通过“随申行”平台提交“个人定制”申请，凑够每班次乘坐最少人数，最快只需3天，即可开通一条定制公交线路。这是用好“有形之手”的力量解决群众急难愁盼问题。

再看公共自行车。解决“最后一公里”出行难题，相比共享单车等后起之秀，原有的城市公共自行车灵活性不足、运营效率偏低。政府主导的公共服务顺势退出市场，“有形之手”可以把更多精力用于优化监管，营造良好发展环境。

公共交通服务的“一进一退”，从一个侧面折射出政府“有形之手”有为善为、市场“无形之手”充分施展的协同并进之道。

提升民生服务效率，“有形之手”不能“越位”，更要更加尊重市场规律，更好发挥“无形之手”的作用。在60岁以上人口占比超30%的江苏苏州姑苏区，目前绝大部分社区老年食堂均由公司运营。只需充值成为会员，每位老人每餐便能减免2元，还能以优惠价格享受送餐、家政、

保健康复等服务。老人享受便利服务，企业有了盈利空间，政府部门做好监督，社会事业更有品质、更可持续。因地制宜，创新制度设计和合作模式，就能将社会创新活力有效转化为改善公共服务的能力。

改善民生服务的品质，“有形之手”要及时“补位”，通过解决一件事推动办好一类事。广东深圳文体部门联网全市体育场馆，打造“一键预约”平台。市民通过手机客户端，即可预订场馆、支付费用、在线导航，实现错时共享。平台还定期发放惠民券，鼓励大家为身体健康“投资”。政府搭台，盘活存量资源，社会各方面共同努力，根据用户反馈针对性完善场馆服务和环境，民生建设就在政企、政民互动交流过程中不断提档升级。

增强民生服务可及性，“有形之手”不能“缺位”，而且要坚持目标导向、问题导向，发挥好兜底保障作用。要看到，现在一些公共服务被吐槽，往往不是因为没得用，而是不够便捷、不太实用。补缺“无形之手”够不到的地方，把民生服务做到群众心坎上，就要养成换位思考的自觉，多一些“百姓视角”的体察。

急人所急，今年施行的《天津市临时救助办法》，打破原有政策对申请人户籍地的限制，凡

是在天津遭遇突发性、紧迫性、灾难性困难的家庭或个人，均可直接向急难发生地申请临时救助，不仅扩大了救助覆盖范围，也让急难救助更高效。

将心比心，浙江杭州滨江区长河街道一名干部进行体验式调研后，发现骑手工作期间根本没空用充电桩充电，更不会远离活动区去歇脚、借伞。街道于是转而到骑手活动密集的区域建驿站，增设换电柜，增加电动车维修等相关服务，驿站人气一下就旺起来。

民生建设，关键在一个细字。针对本地区各单位为民为企办事服务事项，开展体验式调研，更容易找到那些坐在办公室里不易察觉的槽点、痛点、堵点，推动消除治理盲区，提升服务精细化水平。

今年3月印发的《关于进一步保障和改善民生着力解决群众急难愁盼的意见》，提出10项务实举措，致力解决群众在教育、医疗、养老等领域操心事、烦心事、揪心事，推动民生建设更加公平、均衡、普惠、可及。坚持有为政府和有效市场更好结合，持续提升治理效能、改善服务水平，更多“投资于人”的温暖实践，必将托举起14亿多人“稳稳的幸福”。

来源：《人民日报》

厂区变景区，考验服务力

□王琳

在汽车厂见证一辆车的生产、去饮料厂看饮料瓶装箱、到印刷厂体验一本书的诞生……越来越多的人走进工厂参观体验，感受制造的独特魅力。

作为跨界旅游的新赛道之一，工厂游有着独特的空间和文化场景，能够满足游客怀旧、获取知识等需求，具有科普性和趣味性。

工厂变景点，工厂游为企业品牌营销提供了新思路。对于企业而言，开放流水线参观、生产体验等环节，能够拉近游客与企业的距离，既能宣传企业文化，又能带来经济效益。

工厂吸引来游客，更要留得住游客。随着人们对旅游的需求不再只是“拍照打卡”，如何提高工厂游服务水平也成为一道新课题。

独特性是竞争力。目前，不少工厂游项目流程相似，参观流水线、体验互动项目、购买文创产品，难免让游客产生审美疲劳。工厂游是企业产业链的延伸，应充分挖掘具有特色的工厂景观和工业文化，依托企业多年积累的企业文化、人物故事、生产工艺知识等，讲好企业文化发展故

事，吸引游客深度参与。工厂游是充满科技感、互动感的学习之旅，应融入“体验经济”的思维，满足游客强烈的好奇心和求知欲。不少国内企业也通过VR、XR等交互技术手段，为游客提供沉浸式的“数智”体验，实现在观光中寓教于乐。

业态混搭激活活力。一些工厂秉持跨界思维，探索“工厂游+”的多种实现方式，比如将工厂游与观光、商务、研学、会展、亲子等业态融合，开设工业研学课程，开展设计展示、文化沙龙等活动，实现了多业态融合发展。

来源：《经济日报》

医保报销、租房合同、求职、人际关系等生活常识，是大学生独立生活后必须面对的课题。大学生平时从哪里获取这类生活常识？是否需要学校开设一门常识课？近日，中国青年报向全国高校大学生发起问卷调查，结果显示，89.27%受访者认为高校有必要开设生活类常识课程，81.19%受访者表示若学校开设相关课程，自己愿意选修。这一结果，引起了社会各界的热议。

甲方：生活常识课应成大学标配

□邓琪琪

从南京传媒学院开设《大学生生活指南》课程受到追捧，到近九成受访大学生期待高校开设生活常识课，当代大学生对生活常识教育的迫切需求显而易见，也向我们发出了信号——大学教育在“教大学生如何生活”上可以有所思、有所为。

在上大学之前，绝大多数学生的任务是学习基础学科知识，衣食住行等生活琐事常由父母“包办”，学生自己无需操心，社交技巧、理财知识等更是极少被关注和接触的话题。然而成年后，许多事情需要他们担起责任、独立处理。就医看病、缴纳水电、人际交往……各种日常生活中常见的问题，需要大学生了解基础概念并掌握必要技能。

然而，生活常识匮乏、生活技能不足已成为当前大学生群体的集体痛点。在中国青年报的调查中，超75%的受访者表示，自己曾因缺乏生活常识而困扰。一个在校学业表现出色的大学生，若缺乏生活常识，步入社会后，也可能会在一些普通的生活事务上茫然无措，甚至付出种种代价。比如，有的大学生对租房市场和套路了解有限，毕业租房遭遇“押金刺客”“黑中介”“串串房”，产生纠纷；有的大学生因缺乏人际沟通技巧，难以融入职场环境，甚至引起误解和不必要的矛盾。

生活常识平凡而琐碎，可能有人会质疑，专门花时间、精力和资源，在高校开一门讲常识的课，有这个必要吗？事实上，在大学开设生活常识课，不仅符合大学“立德树人”的初衷，更是在回归教育的本质。大学教育的目的是培养全面发展的人才，核心目标不仅包括知识的积累与传承，还包括人际合作能力、社会价值认知的培养，后者与生活常识紧密相关。蔡元培曾言：“教育者，养成人格之事业也。”健全的人格包括良好的自我认知、情绪管理、人际关系，这些能力在生活中能够转化为实用的生活技能。

要让生活常识课成为大学的标配，更要注重发挥其实际作用，让生活常识课能动手、够实用、接地气。

乙方：高校没必要“包打天下”

□前度郎

调查中，近九成的大学生期待高校开设生活常识课程，映照出“大学生生活常识不足”的现实。作为即将步入职场和社会的一员，很多大学生掌握了不少专业知识，可在生活常识方面却很匮乏，除了衣食住行等最基本的生活知识外，其他经济、法律、习俗等领域的常识明显不足。

究其原因，许多大学生在进入大学前，生活上的事由父母“包办”，处于与社会生活脱节的状况，成为被过度保护的对象，“四体不勤、五谷不分”也就成了普遍现象。

除非永远处于父母的绝对保护下，否则进入大学校园甚至社会后，独立生活就会成为大学生共同面临的考验，具备一定的生活常识也就变得重要而不可或缺。如此高比例的大学生期待高校开设“生活常识课”，正是强烈需求的真实体现。

高校开设“生活常识课”重要而且必要，不过却并非解决问题优先选择。掌握生活常识非一日之功，而是需要日积月累，更非某一个责任主体的责任，而是需要全社会的共同参与，找到系统性解决方案。

事实上，正如素质教育要“从娃娃抓起”，作为综合素质内容之一的生活常识，自然也需要“从娃娃抓起”，让每个孩子从小就能接触和了解社会，积累个人成长的经历和经验，这样，生活常识才会深入人心。由此建立的个人习惯和特质，才会变成内化于心外化于行的个人素质。否则，为教而教的高校“生活常识课”，只能沦为基础缺陷下的背景板，其效果也难以达到预期。

生活常识源于生活，需要家庭、社会和学校的共同参与和协同努力，而不能指望毕其功于一役，更别等到大学才补课。有家长的引导、社会的教导，才能让学校的教育从“雪中送炭”变成“锦上添花”。否则，从恋爱课到生活常识课，从法律通识课到理财课，再到健康素养课等课程，高校成为包打天下的“家长”，这是我们希望看到的吗？又是它能做到的吗？大学的主要职能是教学与科研，不该背负这么沉重的社会教育任务，需要为之“减负”。

来源：广西云-广西日报

高校研学游不应只是“打卡”

□胡欣红

进入暑期，高校陆续开启暑期参观模式。近日，一则有关清华北大暑期开放的消息，引发各界关注。据悉，清华大学除周一为校园整体日外，周二到周日均开放校园。北京大学暑期校园开放时间为7月7日至8月16日。两校均采取“抽签+即时”预约的参观机制，不向任何机构和个人收取费用。

读万卷书，行万里路”。游学古已有之，而今仍然是一种重要的学习教育形式，高校研学游项目尤其火爆。利用假期，让孩子们到心仪的高校走一走，亲身感受一下大学的气息，激励孩子们努力拼搏，是很多家长的质朴愿望。然而，很多研学机构往往以名校为噱头吸引学生，其实大多是走马观花而已，甚至只是与校园合个影，根本就没进入校园。

研学不是一场说走就走的旅行，既要有“游”，更要有“学”。作为一名中学教师，个人觉得学生高校参观不应满足于“到此一游”，而应成为点燃学术理想、启迪专业认知、锚定人生方向的启航之旅。

高考以后填报志愿，很多考生和家长都纠结不已。其实，就技术层面而言，有了教育部的“阳光志愿”信息服务系统和各地各校推出的各种“护航行动”，现在已经不是什么难事了。只要清楚自己想往哪个方向发展，结合分数和排名等因素，可以很快就搞定。一些学生和家长之所以举棋不定，不知道自己的“兴趣”在哪儿是一大关键。

要想找到自己的“真兴趣”，有时并非一件容易的事情。对于很多接触社会少、平时又没怎么接受职业规划教育的高中生，兴趣容易受短视频或者同学影响，很可能就是“伪兴趣”。要想验证兴趣的真伪，当然需要从平时加强职业规划教育入手。

在设计游学活动时，除了参观校园，更重要安排听科普讲座、参与科研实验、与高校师生交流等内容。唯有让学生在听、看、做的沉浸式体验中触摸大学精神的内核，才能真正实现从“参观校园”到“认知专业”再到“发现自我”的价值跃升，找到自己的“真爱”。

令人遗憾的是，缺乏对专业内涵的鲜活呈现解构，恰恰是当前游学活动的突出短板。不少家长认为带孩子看一眼计算机实验室就算接触“热门专业”，却不知人工智能专业的核心课程与编程培训有着本质区别。同样，“自动化”专业不仅是写代码，更是机械、电子、算法等的交叉融合。如果条件允许，中学应联合高校设计“专业体验包”，比如为理工科学生设置简易科研课题，让抽象的专业名称转化为可感知的实践场景。

高校研学的终极价值，在于通过师生互动带动成长内驱力。有个朋友带学生拜访某名校时，一位研究机器人的博士生分享了他在实验室连续调试几个月的经历，这种“板凳甘坐十年冷”的科研精神，就比任何励志演讲都更具感染力。反观某些研习团安排的“学霸经验分享会”，往往沦为标准化的“高分技巧”灌输，失去了大学精神最本真的传递。

从教育本质看，高校参观应是生涯教育的重要环节，不一定非要清华北大等名校不可，选择与孩子兴趣、能力相匹配的大学，或许更有利于培养孩子的专业兴趣。高校研学游应成为生涯规划的“校准仪”，让孩子们找到与时代同频共振的人生坐标，比单纯的“打卡清北”更有价值、更具深意。

来源：《中国青年报》