

评论员观察

坚持稳中求进工作总基调

——坚定不移走中国特色金融发展之路⑧

张凡

稳中求进,针对经济形势的变化,精准有力实施宏观调控,切实加强金融监管,着力扩大内需,提振信心,防范风险,推动经济运行持续回升向好。实践证明,把握好“稳”与“进”的辩证统一关系,才能为经济高质量发展营造良好的金融环境。

发展是硬道理,稳定也是硬道理,抓发展、抓稳定两手都要硬。不久前召开的中央金融工作会议,高度概括坚定不移走中国特色金融发展之路的“八个坚持”,“坚持稳中求进工作总基调”是其中重要一条。这是工作要求,也是策略和方法。党的十八大以来,我国金融事业取得历史性成就的一条宝贵经验,就是在保持大局稳定的前提下谋进。前进道路上,要把稳中求进这个方法论运用好,贯彻到金融高质量发展各个方面,既稳定大局、稳扎稳打,又锐意进取、奋发有为,着力夯实“稳”的基础,更多激发“进”的动能,不断开创新时代金融工作新局面。

稳中求进,稳字当头,“稳”是主基调,是大局。改革是经济社会发展的强大动力,发展是解决一切经济社会问题的关键,稳定则是改革发展的前提。实施稳健的货币政策、

坚持宏观审慎管理、加强和完善现代金融监管、保持汇率在合理均衡水平上基本稳定、促进资本市场平稳健康发展等一切金融工作,都是在保持大局稳定的前提下稳妥推进的。

金融稳,经济才能稳,市场才能稳,人心才能稳。金融运行稳定,是保持经济健康发展的重要前提。防控金融风险也是深化金融改革的一个重要目标。只有金融事业发展的方向稳、方针政策稳、战略部署稳,牢牢守住不发生系统性金融风险的底线,才能稳住宏观经济大盘,为深化金融供给侧结构性改革、推动金融高质量发展赢得有利条件和空间。

稳中求进,不是无所作为,不是强力维稳、机械求稳,而是要在把握好度的前提下奋发有为,争取最好结果。定向降准、债券融资、再贴现等“组合拳”连发,着力解决企业融资难题;机构整合、股权结构、市场退出等改革措施持续推出,中小金融机构改革化险稳妥推进;严厉打击违法违规金融活动,出台《防范和处置非法集资条例》,非法集资新发案件数量、涉及金额和人数连续多

年下降……在守住根基、稳住阵脚的基础上积极进取、攻坚克难,金融系统高质量发展才能取得长足进步,金融服务实体经济和国家战略的能力和效率才能大幅提升。

把握好“稳”与“进”的辩证统一关系,要坚持系统观念、底线思维,把实践作为检验各项政策和工作成效的标准。中央金融工作会议对当前和今后一个时期的金融工作作出部署。无论是“盘活被低效占用的金融资源”,还是“推动股票发行注册制走深走实”,无论是“稳步扩大金融领域制度型开放”,还是“稳慎扎实推进人民币国际化”,都要坚持稳中求进工作总基调,把握好平衡,把握好时机,把握好度,争取在“稳”与“进”的良性互动中,不断推动金融高质量发展取得新突破、实现新跃升。

越是问题复杂、任务重大,越要以稳谋进、以进固稳。认真学习贯彻中央金融工作会议会议精神,坚持稳中求进工作总基调,持续推进金融事业实践创新、理论创新、制度创新,坚定不移走中国特色金融发展之路,我们信心十足,步履坚定。

(本系列评论到此结束)

人民时评

建设劳务品牌是一项系统工程、长期工程。只有更加注重从量的积累转向质的提升,建立健全促进机制和支持体系,劳务品牌才能既做专做精又做实做好

打造各具特色的劳务品牌

李洪兴

“广东技工”“吴忠厨师”“云阳面工”……近年来,经过各地区各部门积极培育,全国劳务品牌数量已近2000个。劳务品牌具有地域特色、行业特征和技能特点,是推动产业发展、全面推进乡村振兴的有力支撑。切实加强劳务品牌建设,推动劳务品牌提质升级,有助于实现更加充分更高质量就业,进而为经济社会高质量发展提供强大助力。

劳务品牌能带动大发展。据统计,广西“八桂米粉师傅”吸纳从业人员40万人,河北“河北福嫂”带动就业6.5万余人,江西“武宁装饰人”形成10万人的装饰队伍。这说明,劳务品牌的就业容量大,吸纳从业人员多。从供给侧看,建设劳务品牌使得更多劳动者掌握一定专业技能,成为实现高质量充分就业的“助推器”。

劳务品牌也连着大民生。请保姆看护孩子、家装找施工队、给老人请护理员等,有劳务品牌作为保障,往往更能让人放心、满意。不少劳务品牌集中在家政服务、餐饮、养老服务等领域,有助于人们提高生活品质。从需求侧看,人们对美好生活的需要日益增长,建设劳务品牌也顺应了这一趋势。

一头关联就业市场,一头关乎民生福祉,建设劳务品牌能够让供需两端实现双赢。更好实现促就业与惠民生的“双向奔赴”,需要在提质量、挖潜力上下功夫。一方面,要分类型发掘劳务品牌,特别是对有一定基础但技能特点不突出、分布较为零散的劳务产品进行引导,逐步形成劳务品牌。另一方面,要分领域培育劳务品牌,既面向民生需求,又聚焦新兴产业新业态,挖掘细分行业工种的用工需求,尽可能精准对接人民群众美好生活需要。

建设劳务品牌是一项系统工程、长期工程。近年来,一些独具地方特色的劳务品牌,知名度、认可度和美誉度不断提高,品牌效益持续显现。这很大程度上得益于政府支持、行业发力、群众参与。从设立专项扶持资金到大力开展技能培训,再到推动制定行业标准,一系列举措,推动劳务品牌发展从粗放迈向精细,从社会民生领域拓展到经济发展范畴,提高专业性、产业化水平。面对发展新趋势、生活新需求,只有更加注重从量的积累转向质的提升,建立健全促进机制和支持体系,劳务品牌才能既做专做精又做实做好,真正成为促就业、惠民生、助发展的“金名片”。

当前,我国经济社会高质量发展、人民生活换挡升级,为劳务品牌的培育、发展、壮大提供了良好环境。“楚天豆腐郎”从业人员达10万多人,年劳务收入20亿元,“吕梁山护工”从业者年工资性收入总计达16亿元以上,“丘北纺织工”带动就业1.3万人、每年实现务工收入7.8亿元……加速劳务品牌壮大升级,是聚集优质资源、引领产业升级、辐射区域发展的题中应有之义。对此,应继续以品牌建设引领技能强化,推动产业资源与人力资源有效对接,坚持市场化运作、规范化培育,不断拓展劳务协作的广度和深度,为各类劳动者实现自身发展提供更多机会。

打造各具特色的劳务品牌,是千方百计增加群众收入、促进全体人民共同富裕的有力举措。不断强化基层人力资源技能开发、规模化输出,让劳务品牌发展成创业品牌、产业品牌、文化品牌,就能为高质量发展提供更加坚实的人才保障。

纵横

为企业送上更贴心的服务

金晓玲

当前,不少地方释放出促进民营经济发展壮大的强烈信号,热情满满地提供各类服务。但也不时存在这样一类现象:职能部门联系企业、登门服务,却被婉拒。送上门的服务为何难受认可?到底什么样的服务才是民营企业真正需要的?

企业真正渴求的好环境,如同土壤、空气,须臾不可缺,润物细无声。服务好不好,企业最有发言权。不难发现,一些地方为民营企业提供服务时,有人是脸热心冷,服务做样子,不想真接近;有人是脸热心热,真想做事却欠缺能力,说不出内行话,抓不住关键点。凡此种种,都很难得到企业的积极回应。

口说为虚,行动为实。为企业送上更贴心的服务,需要职能部门、服务人员有换位思考的意识,有甘心付出的态度,有精准服务的能力……只有想法还不够,更要有办法。

服务企业,首在一条心。围绕发展,应做到政企一条心。瞄准一个目标,各方需要用心用力。哪怕只是一个小举动,企业都会有感知。有企业表示,地方党政负责同志抓住一切机会帮企业做推介、对接资源,经常打电话鼓励、发“朋友圈”宣传,这让企业感受到了“没把我们当外人”“在这里发展心里有底”。

服务企业,更要一张图。围绕服务,应坚持上下一盘棋。企业需求涉及方方面面、不同领域,这就需要用一盘棋的思维去主动作为、靠前服务。主要领导带头干,部门负责人往前冲,以上率下形成浓厚服务氛围,才能让企业需求不悬空、希望不落空;在选人用人、干部交流上树立明确导向,着力完善制度,才能把“亲而有度、清而有为”的理念落到实处。

服务企业,更要一张图。围绕服务,必须整体谋划,通盘考虑;聚焦长远发展,必须一任接着一任干,一张蓝图绘到底。企业发展,着力点在市场。市场能解决的,政府要放手支持;市场失灵失效的,政府应主动补位。比如,在政策衔接、配套完善、平台建设、人才供给,以及区域产业的布局、产业生态的构建等方面,政府都应明晰路径,把台搭好、把路拓宽。尤为重要的是,发展思路、产业框架一旦确立,就要接续奋斗不停歇、锲而不舍抓落实。唯有如此,企业发展才有信心、有底气,企业家才会敢闯敢干、拼出精彩。

(摘编自《辽宁日报》,原题为《服务企业有想法更要有办法》)

本版邮箱:rmbpl@163.com (来稿请注明栏目名)
本版责编:李浩燃 盛玉雷 崔妍

支持青年人才当科创主角

沈童睿

走上“擂台”,面对业界、学界评委,分享推动技术进行产业转化的构想;奔向展厅,与其他单位(项目)一起,参加成果展示、交流对接等活动……记者初见吉林大学博士后孟浩时,他正忙得“脚不沾地”,参加第二届全国博士后创新创业大赛。团队获得金奖后,孟浩兴奋地说:“电话接不过来,不少企业和单位提出合作意向。”以大赛为合作交流平台,很多像孟浩一样的青年科创人才都收获不小。

作为我国博士后制度实施以来举办的规模最大、层次最高、覆盖面最广的全国性博士后创新创业赛事,大赛吸引一大批高层次人才创新人才挥洒才情、碰撞智慧。有人说,这是“最强大脑”的集结,“硬核”力量的对决。这一创新创业的舞台,让更多优秀博士后青年脱颖而出,有利于激发他们攀登科研高峰的动力,壮大实现关键核心技术突破的有生力量。

青年人才是国家战略人才力量的源头活水,博士后群体是青年科技人才的重要组成部分。他们身处科技创新和成果转化工作一线,有创造的想法、创新的潜力、创业的动力。如今,广大博士后努力推动产学研用对接,积极把相关科研成果投入到各行业各战线。

从实验室到生产线,科研成果转化应用并非易事,需要架桥梁、畅渠道。手上的科研成果,应用价值有多大?是否有未被发现的应用场景?这是采访时不少人的关切。大赛就是交流互鉴的空间,有利于信息交互、资源融通。与同赛道选手竞技,跟专家评委、企业交流,来自清华大学的张伟挺有感触:“我们对社会和市场的需求有了更清楚认识,有助于挖掘更多经济价值和社会价值。”展现亮点、交流提升,助力科研

成果在转化落地中找准定位、更好发挥效益。

从大赛看科创活力,健全完善激励机制至关重要。在大赛现场的“来揭榜”区域,展板上列明单位简介、技术需求,博士后团队可根据自身专长“揭榜”应征。如今,各类“揭榜领题”活动已逐渐常态化、机制化,对科创团队形成吸引力、带动力,为业界带来破题新方案。实践中,还应进一步探索创新,不断丰富形式、完善机制,更好激励科创人才关注产业需求、投身科技创新。

创新之道,唯在得人。习近平总书记强调:“要把培育国家战略人才力量的政策重心放在青年科技人才上,给予青年人才更多的信任、更好的帮助、更有力的支持,支持青年人才挑大梁、当主角。”无论是博士后制度还是博士后创新创业大赛,都在回答一个问题:如何让人才资源、创新资源、产业资源、市场资源实现有机统一。既培养好人才又使用好人才,既孕育广阔市场又满足市场需求,充分发挥人才资源价值,对推动经济转型升级、实现高质量发展具有重要支撑作用。就此而言,仍需不遗余力为人才成长发展、创新创业创造条件,使各方面人才各得其所、各展其长,推动创造活力竞相迸发、聪明才智充分涌流。

“未来已来,脚步更快”。大赛内外,主题曲《未来为我而来》唱出了很多人的心声。创新体制机制,营造良好环境,搭建干事创业平台,让施展才干的舞台更大、创造价值的机会更多,日益积累的青年人才优势就能转化为澎湃不竭的发展优势。

(作者为本报政治文化部记者)



江苏张家港永嘉集装箱码头,货物装卸繁忙有序。 施柏荣摄(影像中国)

外贸是国民经济的重要组成部分。今年前十月,我国货物贸易进出口总值34.32万亿元,累计增速由前三季度同比微降0.2%转为增长0.03%;其中,10月当月进出口3.54万亿元,同比增长0.9%。调查显示,对未来进口、出口表示乐观的企业占比提升,我国外贸向好发展态势进一步显现。

这正是: 外贸市场开拓忙, 经营主体信心强。 稳定规模优结构, 经济航船向远方。

吴歌文



大家谈

近年来,“光盘行动”持续开展,节约粮食的良好风尚逐步形成。但在外卖、婚宴、聚餐、食堂等场景中,米饭、面条等主食浪费现象仍时有发生。本期大家谈选刊3篇来稿,与读者一起探讨如何减少餐饮环节的主食浪费。

——编者

合力转变观念

天津市和平区 向阳

垃圾回收处,被扔掉的外卖包装盒里总会有不少剩饭;婚宴结束后,很多主食都没动;大会就餐区,有的团餐盒没打开就被扔了……当前,餐饮环节的主食浪费现象不容忽视。

近年来,“浪费可耻、节约光荣”已成为越来越多人的共识,但客观而言,因点餐过量或供应分量过大造成的浪费,仍在生活中一定范围内存在。据统计,我国城市餐饮业仅餐桌上食物浪费量就高达1700万

警惕主食浪费现象

至1800万吨,相当于3000万至5000万人一年的食物量。遏制餐饮中的主食浪费,急需各方转变观念。对餐饮经营者来说,要主动适应变化,将节约主食理念融入日常经营。消费者也应在点餐、取餐环节坚持适量原则,珍惜每一餐饭、节约每一粒粮,体现个人美德。

一次浪费看似微小,累积起来,数量就会触目惊心。只要人人厉行节俭,就能带来巨大改变。从经营者到消费者,一起自觉做勤俭节约的倡导者、防止浪费的践行者,必将有效遏制“舌尖上的主食浪费”。

精心优化供给

四川省成都市 王永战

“做法精致、分量适中,不容易剩,人少也可以多尝几道菜,巴适!”在一家提供小份餐的馆子用餐后,朋友如此感慨。

杜绝餐饮浪费是老生常谈的话题,从实践经验来看,优化餐品供给尤为关键。

同样一份餐,有人吃不下,有人吃不了;几道菜下肚,主食就吃不了……这些情况,其实都容易造成主食浪费。同时,随着人们的饮食需求从“吃得饱”向“吃得好”转变,主食消费的理念和习惯都在发生变化,“轻量化”是趋势之一。由此而言,餐饮提供方不妨在优化供餐方式上多下功夫。比如,在点餐环节主动提供食品分量、建议消费人数等信息,引导合理适量点餐;提供小份主食、粗粮主食,丰富餐品供给;提倡餐后打包,减轻“光盘”压力。

合理供给餐品,有利于从源头减少浪费。各类食堂、餐饮企业等主动作为,探索按量配餐、小份供餐、按需补餐等方式,就能更好遏制餐饮浪费。

强化宣传引导

北京市朝阳区 钟于

减少餐桌上的浪费,涵养勤俭节约的传统美德,关乎粮食安全,需要全社会共同

参与。

推出“一粒米的世界”等公益广告,放置倡导“光盘”的海报、桌卡,设立餐饮浪费现象曝光台……近年来,各地推动反浪费教育进机关、进学校、进企业、进社区、进家庭,以科普宣传、文明倡导、曝光典型等方式,助力“厉行节约、反对浪费”入脑入心。减少餐饮环节的主食浪费,要继续强化爱粮节粮宣传引导,推动见行见效。一方面,将正面宣传和反面警示相结合,引导人们增强危机感、提升行动力。另一方面,可在内容和形式创新上做文章,增强感染力。比如,有的学校以开展劳动教育为契机,组织孩子们体验农事活动,让他们切身感受粮食来之不易,收效良好。

一粥一饭,当思来之不易。近年来,我国粮食生产连年丰收,但粮食供求紧平衡的格局没有改变。必须持之以恒做好宣传引导,推动更多人深化对粮情的认识,时刻绷紧节约之弦,起而行之、久久为功,共同践行文明节俭用餐理念。