

# 重阳,一份奋斗一种陪伴

微观点:有着两千多年历史的重阳节,孝老爱亲是其文化标签。今天的幸福生活,离不开老一辈的奋斗。在外打拼的游子们尽量抽点时间,回家看望年迈的老人,抑或打个电话,送去问候、报个平安。

■新华社记者萧海川

又到一年重阳时。刚刚胜利闭幕的党的十九大,为今年的重阳佳节带来新的讯息。十九大报告提出,积极应对人口老龄化,构建养老、孝老、敬老政策体系和社会环境,推进医养结合,加快老龄事业和产业发展。这样的明天,值得为之奋斗。

有着两千多年历史的重阳节,孝老爱亲是其文化标签。如今老年人的生活水准显著提升。公园里、景区内,阳光乐观、洒脱轻松的银发伉俪,让年轻人羡慕。老年大学、社区服务中心里,老年人学会玩转智能手机,跟上了科技创新的步伐,令人欣慰。老骥伏枥,志在千里。87岁的袁隆平领衔的技术团队

今年9月刷新“海水稻”亩产新纪录;78岁院士刘先林在高铁上笔耕不辍,成为年轻人眼中的“网红”……“银发战队”矢志不渝、孜孜不倦的干劲,更令人肃然起敬。

前人种树,后人乘凉。今天的幸福生活,离不开老一辈的奋斗。前辈们还在拼搏,我们有什么理由不努力?我国应对人口老龄化任务艰巨。

养老护理人员、养护床位不足,地区间养老体系建设不均衡等问题,说到底都要靠我们今天的奋斗去改善。

重阳,是属于陪伴的节日。每个人都会老去,奋斗毕生,更渴望阖家团圆、儿孙绕膝、安享晚年的温情与幸福。在外打拼的游子们尽量抽点时间,回家看望年迈的老人,抑或打个电话,送去问

候、报个平安,让他们知道儿孙在外干得不错,一切安好。

九日重阳数,三秋万实成。美好的生活来自一代代人不懈奋斗的积累。青春易逝,韶华易老。新时代的大幕已然开启,永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态,无疑是与韶光最好的辉映,时不我待、只争朝夕的耕耘是对未来最好的承诺。

## 得罪人新说

微观点:什么人可以做朋友?纪委干部李锦辉的体会是:“能理解我的,最后都成了朋友。”如果不能与忠诚干净担当者一道前行,这样的人就是得罪了,那叫“净化了自己的朋友圈”。

■唐剑锋

据媒体报道,战斗在执纪反腐一线17年,如今已是全市纪律审查战线上一把“尖刀”的江西省萍乡市纪委第一纪检监察室主任李锦辉,工作中虽招惹过不少冷眼和怨恨,但却得到了更多的肯定和支持。“办了这么多案件,得罪了很多。能理解我的,最后都成了朋友。”

这是李锦辉的工作心得,更是要做,该得罪的人就得得罪。秘籍。工作在纪律审查战线上,却总是“你好我好大家好”,却总是“多栽花、少栽刺”,却总是“当老好人”、“和稀泥”,就算没有造成什么严重后果,起码也是不作为;如果放过了腐败分子,把“小苍蝇”养成“大老虎”,就是失职;情节严重时,甚至就是渎职,就是犯罪。不知你是不是这样看?

有道是:“在其位、谋其政,任其职、尽其责”,这才叫忠于职守。如果身在纪律审查战线,如果身在领导岗位,如果肩负责任使命,却“睁一只眼、闭一只眼”,人民养你还有什么用?不是我们愿意得罪人,关键看得罪了什么人?他已经腐败了,他已经背叛了信仰,他已经走向党和人民的对立面,却因为“怕得罪人”,你不把他们及时揪出来,你不就是和他们同流合污吗?

按说,不是你得罪他们,而是他们早已得罪了党和人民;你的职责,只是把事实真相公布出来,把他们的真实面目揭

露出来,根本不存在得罪人的问题。就算“得罪人”,这样的坏人你不得罪,你帮助“瞒一头、盖一脚”,你帮忙“捂盖子”,就会得罪党,得罪人民。好人有很多标准,最为重要的一条,就是和坏人划清界限。

习近平总书记在第十八届中央纪律检查委员会第五次全体会议上讲话时指出:“人民把权力交给我们,我们就必须以身许党许国、报党报国,该做的事就要做,该得罪的人就得得罪。不得罪腐败分子,就必然会辜负党、得罪人民。是怕得罪成百上千的腐败分子,还是怕得罪十三亿人民?不得罪成百上千的腐败分子,就要得罪十三亿人民。”这是一笔“政治账”,一笔“交友账”,更是一本“做人账”。这笔账前,能看出你是什么人,你有什么样的信仰。

敢于得罪坏人,敢于得罪腐败分子,你就是好人,你就是做了该你做的正确的事。早把坏人、腐败分子揭露出来,或许他们就不至于走到不归之路上去。如果怕这怕那,不得罪坏人,不得罪腐败分子,他们也会把你这个不坚持原则、没有主见、理想信仰动摇者,踢到一边去。

什么人可以做朋友?李锦辉有切身体会:“能理解我的,最后都成了朋友。”如果不能与忠诚干净担当者一道前行,如果不能与忠诚干净担当者交朋友,这样的人就是得罪了,也只能叫“净化了自己的朋友圈”。朋友不仅仅是理解,更是给予帮助、支持。

## “文化消费补贴”是送“精神粮票”

微观点:真正的城市文化建设有助于城市品牌的构建,是城市软实力的体现,能够满足与提升市民的文化消费需求,精神文化需求,有助于增进民生福祉。

■戴先任

从明年一季度起,成都市民买书、看电影,有望获得积分返还用于再消费了!10月22日《成都晚报》记者从成都市文化广电新闻出版局获悉,《成都市开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作方案(2017—2020年)》日前印发。《方案》明确,成都常住居民到试点文化场所进行文化消费时,将以“互联网+金融”创新模式,用“先消费、后补贴”的方式开展消费补贴。图书、电影、演艺、文博景区四种消费业态将率先试点。

买书、看电影还能获得积分,1个积分等值于1元人民币。试点期间将重点选取“图书、电影、演艺、文博景区”四种成都市民文化产品(服务)的消费支出水平较高的消费业态,从四种消费业态中各遴选出具有代表性的企业或项目参加文化消费积分活动,并逐步扩大试点范围。成都实施文化消费补贴,意在刺激城市文化消费。

促进城市文化消费的增长是城市文化建设的重要部分。

要进行城市文化建设,不可忽视了市民的文化消费。让市民能够更多地享受到丰富而优质的精神产品,需要有充足的供应,比如加大对实体书店、图书馆、电影院、文博景区等文化载

体的建设,让市民们能够更方便地接触到这些精神产品;同时,也要多鼓励市民积极进行文化消费,比如成都对买书、看电影的市民给予消费补贴,就能一定程度上起到刺激市民文化消费的作用。

一些人认为城市文化建设不能提高GDP,对此不够重视;还有一些人虽然认识到了城市文化建设的重要性,却又过于注重文化建设的“面子”与形象,忽视了城市文化建设的真正目的,如只注重建设一些“高大上”的建筑,却不重视这些“建筑”对公众的吸引力,让这些文化建设变成了面子工程、形象工程。

真正的城市文化建设有助于城市品牌的构建,是城市软实力的体现,能够满足与提升市民的文化消费需求、精神文化需求,有助于增进民生福祉。在城市千城一面、同质化等弊病严重的当下,城市要能提升竞争力,通过加大城市文化建设,才能更好提升城市品牌的知名度,增加城市的核心竞争力。

多为市民发放“文化消费补贴”,激励市民进行文化消费,这是城市文化建设不可或缺的一部分,是惠民利民的善政。发放“文化消费补贴”,是给公众送精神食粮的“粮票”,值得各地借鉴。



关键时刻 高晓建 画

# 实效是检验公众号的唯一标准

微观点:路遥知马力,日久见人心。公众号要想在用户手机上扎下根来,就要有吸引用户的内容,要经得起用户“挑剔”的考验。

■徐振宇

中国青年报社社会调查中心联合问卷网的一项调查显示,35.9%的受访者关注了5~10个公众号,29%的受访者关注了10~20个,14.3%的受访者关注不到5个,4.2%的受访者关注了30~50个,2.7%的受访者关注了50个以上。

或许有人认为大量关注公众号,是迈出了广泛涉猎知识的第一步。但正如同买

了很多书就自我感觉“读书多”一样,仅是摆设,实际上于事无补,完全没有必要。

用户之所以囤积公众号,自媒体难咎其责。为了占有流量,有的商家真是不惜工本,红包、抽奖成为必备手段;有的甚至不择手段,大打道德底线擦边球,滋生出一系列的标题党;有的则是使用行政手段,借“考核”的名义要求本单位或下属企业给予关注……应该说采用上述方法,短期内的确能收到

一定预期效果,长期的效果就很难说了。

笔者手机上这样的公众号就占了大头,但关注了就一定有用吗?我看未必。从长远角度看,还得内容为王!没有足够厚度的东西,公众号的滞滞期不会太长,掉粉势成必然。我一般隔一段时间会清理一下所关注的号,因为谁也不想让无用的东西占用手机有限的空间,只要是用不着的号取消关注是迟早的事。我经

常翻看的是两类号:一类是与工作有关的,无纸化时代不想看也不行啊;一类是与兴趣有关的,从中可以学习到相关知识,对自身有帮助。我想,做公众号的也好,用户选择性关注也好,都应该从这两方面入手,找到对应的点,把它做深做强。我最反感的也有两类号:一类是只知道摘抄,完全没有或者很少有自己内容的;一类是表面看活动很多,但“醉翁之意不在酒”,

动辄要求注册信息的。作为用户,除非你是搞公众号市场调查的,囤积公众号完全没有意义,这不光占用手机的资源,还会浪费你的精力。从个人业余时间计,有针对性地选择五六个公众号关注足矣!

路遥知马力,日久见人心。实效是检验公众号的唯一标准,要想在用户手机上扎下根来,就要有吸引客户的内容,要经得起用户“挑剔”的考验。

## “青海·购精彩”商城全新亮相

# 中国光大银行与青海省共推省级电商平台

日前,中国光大银行与青海省商务厅在西宁签订了战略合作协议,并宣布共同推出省级电商平台——“青海·购精彩”商城。

据了解,“青海·购精彩”商城继续延续光大“购精彩”省级特色电商平台的银政企三方合作模式,在助力青海省名优特产通过互联网走向全国的同时,将有效带动当地传统行业产业链的纵深发展,实现经济效益与社会效益的有机统一。

落地青海  
商城生活旅游全覆盖  
作为光大银行“购精彩”系列特色电商平台之一,“青

海·购精彩”商城本着“严格选品,精中选精”的经营原则,以打造“大美青海”品牌为初衷,助力青海省内“名、优、土、特、新”产品和高原品牌走向全国,并根据当地特色,因地制宜,创造性融入了生活服务、旅游规划、精准扶贫等服务项目。

目前,“青海·购精彩”商城共开设八大板块,首期上架精选商品200余个,入驻品牌

商家多达50家。其中的“爱玩青海”板块,通过借力青海省当地丰富的旅游资源,以智慧旅游的模式,为客户量身定制吃住行一体的专属旅游路线,包含阿尼玛卿转山游、年宝玉则生态游等高端线路。

创新理念  
打造“金融+生活”生态圈  
互联网+时代,“青海·购精彩”商城秉承光大银行“开

放、合作、共赢”的发展理念,加强与青海各级政府的合作,积极配合相关部门推进电子商务进农村、进社区、进企业,推动“互联网+”在青海生活服务领域的推广和应用。

“青海·购精彩”商城平台延续了“购精彩”商城差异化的“三免一合”优惠政策,同时商城还打造了完善的“金融+生活”生态圈。据了解,商城“爱尚车吧”板块创

新性地利用“互联网+”的发展理念,将光大银行随心贷产品和汽车、手机线下销售相结合,产品预订、信用贷款、在线销售等全流程一次解决;除了精选的特色生活类商品,“生活缴费”板块则是借助光大银行“云缴费”平台为青海省六百万居民提供更全面、更便捷的生活缴费,以不断满足客户日益增长的金融需求与生活需要。

精准助农  
开创金融电商扶贫新模式

打赢脱贫攻坚战,关乎全面建成小康社会,因此积极探索创新扶贫体制机制、引导贫困群众激发内生动力、推动涉农产业链纵深发展是光大银行金融电商精准扶贫的信念宗旨之一。

本次中国光大银行与青海省商务厅联合,将积极通过

“变输血为造血”,在做好产品质量把关和来源追溯的同时,重点促进贫困地区农户的特色产品实现市场化扶贫开发的转化,探索金融电商精准扶贫的新路径。

据悉,“青海·购精彩”商城在2017年8月全面参与到了“中央电视台广告精准扶贫”项目,推出具有帮扶性、公益性的扶贫项目,使扶贫对象的利益最大化。此外,“青海·购精彩”还利用光大银行全牌照优势,为合作农户企业配套金融服务,在青海省范围内为优质农特产品寻求上下游合作,实现精准扶贫和企业效益的双赢。黄欢