

让干部敢为“蔚然成风”

王玉龙



奋斗铸就辉煌，实干赢得未来。全面推进中国式现代化镇江新实践，把“大写意”变成“工笔画”，各地各部门要以干部敢为带动地方敢闯、企业敢干、群众敢首创，凝聚起推动高质量发展的强大执行力，形成在比学赶超中“一起干、共同拼”的新风貌。

要做到真抓实干。事业成败，关键

在人，根本在干。各级党员干部要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以“奋斗之姿、创新之举”投身中国式现代化镇江新实践，把问题当作课题，努力交出不负时代、不负人民的精彩答卷。各地各部门谋划须更深入、行动须更有力，要以敢为争第一、勇于创新的拼抢精神，谋其政、干其事、求其效，以实际行动践行新时代新担当新作为。同时，要坚持问题导向，多问一问情况有没有明显改观、工作有没有实质提升、群众是不是真正满意，以干部

队伍“敢为善为”激活社会发展“一池春水”。

要凝聚攻坚合力。今年是深入贯彻党的二十大精神的关键之年，也是实现“十四五”目标任务的关键之年。要坚持党建引领，把伟大建党精神与中国式现代化镇江新实践紧密结合，以“敢为、敢闯、敢干、敢首创”精神激励广大干部干事创业激情，凝聚推动经济社会发展的更大合力。跑好现代化建设新征程“第一棒”，各级党员干部要科学树立人生的“新坐标”，饱含情怀带头干、团结各方一起干，闯在改革一线、冲在发

展一线、干在实践一线，以“人人争先”“处处争光”汇聚干大事、成大业、争奉献的磅礴力量。

在新征程上更好地“扛起新使命、谱写新篇章”，让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，始终保持“归零”心态、“拼抢”姿态和“冲刺”状态，只争朝夕谋发展，敢为善为挑大梁，一步一个脚印将美好蓝图变为生动实景，用实干实绩奋力书写“镇江很有前途”的壮美画卷！



摘要

看常州的实践，现象上是旅游产业发展，但现象背后，我们却分明看到了另两个字——生活。这生活，既是游客来常州的生活体验，亦是常州人在自有的生活场景，兼顾相融，主客共享。全域旅游的背后，是城市整体竞争力的体现。

3月，《2023年江苏省重点文化和旅游产业项目名录》公布。常州，东方侏罗纪旅游度假区、天目湖动物王国文旅综合体等9个项目成功入选，入选数量位列全省第二，9个项目计划总投资289.41亿元，占全省计划总投资额的18.75%，位列全省第二。2023年度计划投资51.74亿元，占全省年度计划投资总额的18.55%，位列全省第一。江苏13个设区市竞逐，它一座城市，独占总投资额的近1/5，也独占年度投资总额的近1/5，扎实亮眼。

亮眼的，不仅是现在，亦包括未来。数据测算，旅游业每投资1元，可带动相关产业5至10倍的投资。旅游消费对住宿业的贡献率超过90%，对民航铁路客运业的贡献率超过80%，对文化娱乐业的贡献率超过50%，对餐饮、零售业的贡献率超过40%，综合带动效应十分显著。同时，旅游业发展的受益者也不仅仅是旅游从业者，数据显示，旅游业每增加1个直接就业，就能带动社会就业7到8个人；旅游业收入每增加1元，就能带动相关产业增收4到5元。无怪乎，新闻一出来，有媒体称：为常州推进文化和旅游高质量发展走在前列，迈进GDP万亿级城市提供了有力支撑。

常州的旅游资源家底究竟如何，苏南人应该都知道。常州的旅游产业逆势崛起，苏南人或许也皆有体验。从仅拥有几块恐龙化石的恐龙馆，到打造沉浸式恐龙文化体验的常州环球恐龙城景区；从以澹庄稼稼、防洪抗涝为主的沙河水库，到集合旅游全要素的天目湖旅游度假区；从茅山脚下的一片“洼地”，到拔地而起的“江南神奇山镇”东方盐湖城……常州旅游走出了一条“无中生有”的独特的“资源创造型”发展道路。但若仅是如此，却也配不上世界级旅游城市联合会专家委员会副主任、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员张辉的评价——常州地处经济发达的长三角地区，旅游资源禀赋并不突出，却探索出了一条旅游业带动发展的路径，这对于我国经济社会改革探索具有典型示范意义。

2021年3月，中国旅游报社与常州有关部门曾共同主办常州文旅发展经验调研总结活动。相关报道恰列举出常州旅游业带动城市发展的部分实践。武进区以配套建设优化全域旅游，全区所有景区和乡村旅游区的公交线路全覆盖，高铁、地铁、公交与自驾车无缝对接；溧阳把城乡整体空间作为大景区打造，以“溧阳1号公路”为线，融入了生态涵养、全域旅游、文化传承、乡村振兴等元素，在以点串线、以线扩面中推动形成“全域一幅画、处处皆旅游”，释放旅游红利，转换旅游价值；天宁区全力推进焦溪古镇保护和申遗工程，综合整治古镇风貌及区域生态环境，促进城乡深度融合，打造“长三角三新经济高地，现代化城乡治理样板”；金坛区，依托茅山的优质自然资源，在传统休闲观光农业基础上打造出农耕体验、农学课程、农学成长礼等一系列特色主题项目；钟楼区打响钟楼“夜生活”品牌，培育夜间消费、夜间餐饮、夜间购物、夜间娱乐、夜间文化体验等多元“夜间”业态，发展新模式、新产品，提升文化和旅游在夜间经济发展中的牵引力；天宁区持续推动老城厢复兴，串联老城区众多名胜古迹，完整和全面地呈现出常州本土的运河文化及老城厢文化，打造独具特色、充满魅力的常州“城市会客厅”……此外，更有武进区将西太湖打造成生态、游憩、休闲、度假、科研、高档住宅于一体的湖滨新城；溧阳曹山未来城以国际文旅康养度假城为定位，采用多节点多廊融合、多片区组团渗透的全球先进城市模式，打造“产城运营+旅游度假区+生态休闲+文化科技+高端居住+康养生活”一体化超级闭环……这方是——旅游业带动发展。

看常州的这些实践，现象上是旅游产业发展，但现象背后，我们却分明看到了另两个字——生活。这生活，既是游客来常州的生活体验，亦是常州人在自有的生活场景，兼顾相融，主客共享。

著名策划人王志纲曾将旅游产业发展划分为三个阶段。旅游1.0，“卖产品”阶段，游客是观光游，产业发展挣门票钱。旅游2.0，“卖文化”阶段，游客是体验游，产业发展则可以延伸出一系列的衍生产品，从吃住行到游购娱。而常州的现状，无疑已经开启了旅游3.0的“卖生活”阶段。这个阶段，需要满足游客的全方位需求，是从单一景点景区建设管理到综合目的地统筹发展转变，是从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”融合发展方式转变，更是从旅游企业单打独斗到社会共建共享转变。这个阶段，不仅将产生充沛的消费拉力，造就巨大的市场和庞大的产业，更由于产业融合的时代发展特色，将会新出一条通过“旅游+”的项目打造，在城市整体环境和生活内容的宜居、宜游、宜业上突破，然后反弹琵琶，倒过来拉动投资，最后用现代服务业带动二次产业和一次产业的超越发展新路。这个阶段，另一个名称就叫全域旅游，不仅是地理上的全域，亦不仅是产业上的全域，更是城市管理、发展各个部门的全域和所有在这座城市停留的人，无论是常住还是暂留的全域。

这样一种全域旅游的理念，在2020年的常州旅游发展大会上体现得淋漓尽致。那次会议上，常州清醒地认识到：“过去，旅游发展主要靠景点带动，如今城市与旅游业是发展共同体，两者共生共荣，旅游业促进城市发展，城市支撑旅游业繁荣。”所以，会议提出，常州接下来将重点发力全域旅游，也就是把整座城市作为一个旅游目的地，用旅游的理念规划城市，用景区的标准经营城市，实现全景化、全空间、全覆盖。因为，常州知道“全域旅游的背后，是城市整体竞争力的体现”。

项目的创新，再无中生有，说破天，也只是战术的突破；理念的更新，带来的则是发展思路的全面颠覆、发展空间的豁然打开和发展层级的跃然提升，这恰是战略的意义。而后的常州旅游故事，已然无须再多说……

旅游带动发展的常州实践

华翔



以“大爱镇江”绘实城市文明底色

谭艺婷



3月21日，江苏大学博士生经普杰在捐献造血干细胞。

朱宸 杨雨 王呈 摄



关注“镇有议思”
看更多有意思评论
投稿邮箱：
zjrplb@163.com

三月的最后一个周末，由团市委、市红十字会、市文明办、市卫健委、市委市级机关工委主办的第21届镇江青年造血干细胞捐献志愿者集中行动如期举行。这场持续了21届的公益“长跑”，数十年如一日不间断，用“大爱镇江”的凡人善举绘实城市文明的底色。

城市文明，是时代进步体现，更是一座城市社会经济多方面发展的具体体现。共享城市文明成果，我们市民在日常生活中也能遇见各种美好与小确幸。镇江这座大爱之城，作为全国文明城市，近年来不断深化推进“大爱镇江”品牌建设。以青年造血干细胞捐献志愿者集中行动为代表的这一善举，正发挥着“生命志愿者”的品牌效应，展示“大爱镇江”的人文底蕴，弘扬着“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神和“人道、博爱、奉献”的红十字精

神。在爱心行动的感召下，越来越多的市民加入这个公益行动的队伍中来。

加入志愿服务，是自发的文明行为，但并不意味着随意开展。要规范健全机制，建强文明志愿者服务队伍。在“大爱镇江”品牌推动下，目前我市已经拥有了注册志愿服务团队3994个，注册志愿者64.29万人，占全市人口总数的20.03%，累计有10个先进典型获评全国志愿服务“四个100”奖项。在规范注册成为志愿服务“正规军”的基础上，近4000个志愿者队伍有序、规范开展志愿服务，这既能确保志愿服务的相对专业性，也能体现志愿服务识别度、差异性，成为政府等有关部门开展民生服务的补充服务、延伸服务，进而更加精准提供高质量的便民为举措。

建章立制开展文明行动，也不是一劳永逸，需要与时俱

进，创新形式，深化文明行动、志愿服务的内涵。党的十八大以来，全国文明城市创建工作在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，为民谋福祉，不断推动物质文明与精神文明协调发展，各地的全国文明城市创建不断迈向高质量、谱写新篇章。比如，去年我市考虑疫情形势，青年造血干细胞捐献志愿者集中行动就采取了线上云采集的形式，做到了志愿服务不间断。高水平的文明城市志愿服务，应做到随机应对、游刃有余。也只有在服务理念不断更新、服务过程不断优化、多样化需求相匹配，不断满足大家日益增长的物质和精神需求，我们城市的文明指数才会不断攀升，人民才能共享更多实在的社会文明成果。

市场测评：谁来监督“第三方”

吴之如 文并画



《半月谈》刊文报道，近日，中国消费者协会对12个互联网平台共计350家“第三方测评”账号进行了体验式调查。《调查报告》显示，当前市场上“第三方测评”账号众多，测评方法和标准五花八门，测评质量参差不齐，涉嫌“以商养测”及“以测养商”的现象更是屡见不鲜。

报道说，从消费点评网站的评分，到分享平台的“种草”“拔草”，再到视频博主的“专业测评”，形式各异的“第三方测评”在近年来如雨后春笋般快速涌现。这些组织或者个人以“第三方”身份凸显独立性，通过自身测评或引用专业检测的方式对各类商品或服务进行优劣判断。显然，“测评”者，市场裁判也，且既非商家亦非官方，属于“第三方”，因为并无预设立场，对于消费者来说，似乎值得信赖。

但是，中国消协发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》则显示，当前市场上“第三方测评”账号众多，测评方法和标准五花八门，测评质量参差不齐，涉嫌“以商养测”及“以测养商”的现象更是屡见不鲜。《半月谈》文章一针见血地指出：“由于行业准入门槛低，市场监管力度不足，‘第三方测评’领域

渐渐出现良莠不齐的发展趋势。有的测评者缺乏专业测评能力，标准模糊，主观先行；有的测评者商测一体、以商养测。看似测评，实为带货；更有甚者为了追逐利益进行虚假测评，以测评之名行劣质产品背书。种种行径背离了测评初衷，损害了消费者权益，侵蚀测评行业权威性，更将破坏公平竞争的商业环境。”

无疑，弄虚作假的“第三方测评”，成为某些不法商家糊弄消费者甚至进行商业欺诈的工具，而完全失去了其本应具备的客观性、公正性。这给众多消费者提了个醒：对于五光十色的消费市场，还得睁大眼睛，保持头脑的清醒，不能盲目轻信某些披着公正外衣的“第三方测评”放出的貌似客观的市场测评，而毫不克制自己的消费冲动，令钱包向着那伙不法商家的非法促销手段“完全开放”，以致造成既失财又失心情的物质精神双损失。有道是：

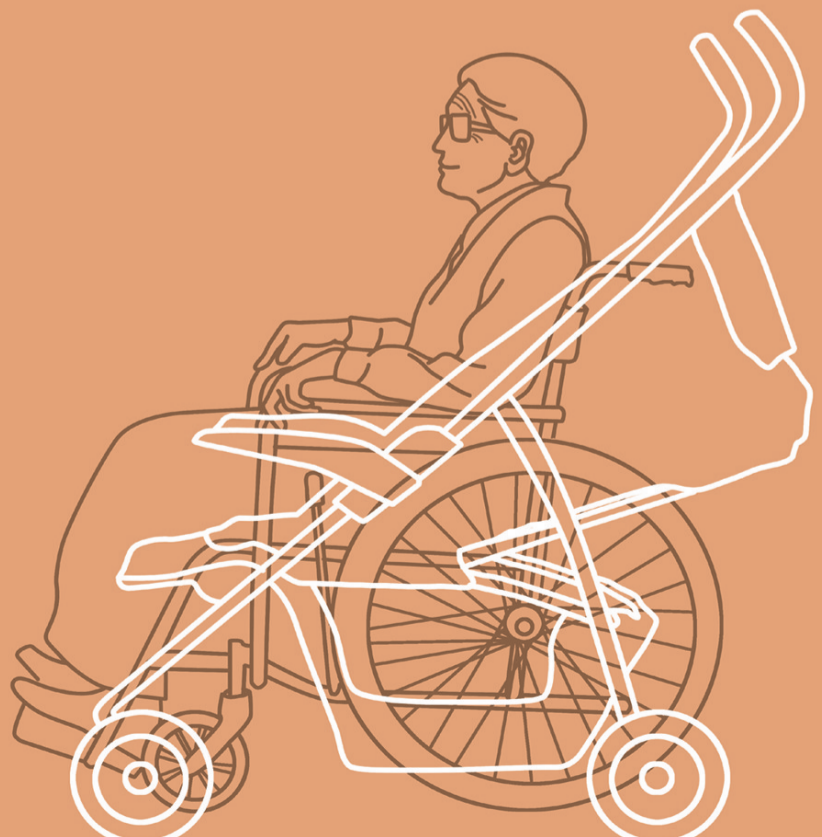
市场测评闪亮，谁来监督“第三方”？可怜多少消费者，迷信谎言钱袋伤。针对当前“第三方测评”领域的乱象，《半月谈》开出的方子是：“市场监管部门与互联网平台要积极践行自身义务，设置准入门槛，加强审查力度，从源

头上堵住行业漏洞；同时，应给相关从业者立好规矩、画好红线，通过业务培训和法律法规宣讲等方式提升从业者规范经营意识，引导行业回归检测商品、服务大众的初衷。”若果真落实此方，相信乱象

当能获得治理，市场终将回归正常。

“测评”未可乱来，市场当显常态。人民大众，本都是消费者，他们的切身利益获得可靠的保障，社会的稳定自然是不须担心的事。

公益广告 镇江日报社 宣



关爱年迈的父母
就像当年
父母关爱你一样

弘扬传统文化 / 传承中华孝道