

与文明牵手,与文明同行,共建文明城市

出真招实招为中小企业纾困解难

市场主体是经济的力量载体。习近平总书记指出:“要千方百计把市场主体保护好,为经济发展积蓄基本力量。”中小企业是国民经济和社会发展的主力军,在促进增长、保障就业、改善民生等方面发挥着重要作用。

当前,受错综复杂形势和多种因素影响,中小企业发展的确面临不少困难和问题。特别是近期受原材料价格高企、订单不足、用工难用工贵、物流成本高等因素影响,中小企业主要经营指标增速放缓,下行压力加大。在此背景下,扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务,以务实举措支持中小企业纾困解难,才能激发市场主体活力,进一步稳定中小企业发展预期。

加大纾困资金支持力度,鼓励地方安排中小企业纾困资金;进一步推进减税降费,制造业中小微企业按规定延缓缴纳2021年第四季度部分税费;加强用电保障,鼓励有条

件的地方对小微企业用电实行阶段性优惠……前不久,国务院办公厅印发《关于进一步加大对中小企业纾困帮扶力度的通知》,从多个方面提出了政策措施。无论是减免房屋租金、给予社保补贴,还是延缓缴纳税费、规范涉企收费,都是致力于为中小企业降成本的真招实招。以此为契机更好帮扶支持中小企业,不仅更有效减轻企业负担,更能推动产业结构优化升级,为实现高质量发展积蓄有生力量。

突出政策针对性,为中小企业精准纾困。目前,我国市场主体已达1.5亿户,其中企业4600万户,99%以上是中小企业。中小企业数量众多、牵涉面广,加大对中小企业纾困帮扶力度,既要注重普惠性,更要聚焦问题,靶向施策、精准发力,让好政策真正落地见效。比如,鼓励地方安排中小企业纾困资金、实施普惠小微企业贷款延期还本付息等举措,就是针对当前一些中小企

业成本压力加大、经营困难加剧的现实难题,作出“少取多予”的政策安排,让市场主体真正有获得感,增强应对困难的底气。

增强政策连续性,助力中小企业长足发展。我国经济总体处于稳定恢复态势,但受全球疫情蔓延、大宗商品价格过快上涨、海运成本高、市场需求偏弱等因素影响,中小微企业在一定时期内面临较大经营压力。在这种情况下,要持续巩固经济恢复向好的发展势头,必须在落实既有政策举措的基础上,不断增强政策的连续性、稳定性和可持续性,适时将部分阶段性惠企政策转化为可长期实施的政策,为中小企业稳定发展增添新动能。

对中小企业纾困帮扶,既要着眼当前,也要惠及长远,助企纾困与激发活力并举,加快提升中小企业竞争力。《关于进一步加大对中小企业纾困帮扶力度的通知》出台后,《“专精特新”中小企业办实事清

单》和《提升中小企业竞争力若干措施》相继印发,从数字化转型、工业设计赋能、绿色低碳发展等不同角度对提升中小企业创新能力和专业化水平作出安排。打好“组合拳”,进一步激发中小企业内生动力、创新能力和发展活力,必将有利于增强中小企业竞争力,进而提升国家产业竞争力。

中小企业能办大事。中小企业好,中国经济才会好。各地区各部门紧密结合实际、了解企业诉求,以钉钉子精神抓落实,把政策化作真效果,推动广大中小企业平稳健康发展,就能为提升产业链供应链稳定性和竞争力、构建新发展格局凝聚更多正能量。

·韩鑫· (来源:人民网)

权威之声



宣纸制作技艺2006年被列入我国首批国家级非遗名录,2009年被列入联合国人类非遗名录。为加强宣纸文化区域性整体保护,安徽省文旅厅近日批复设立宣纸文化生态保护区。保护区以泾县作为核心区域,将开展宣纸文化进校园、进社区、进景区等活动,让宣纸文化更好

传播。这正是:宣纸历千年,连接古与今。创造性保护,传统再出新。

孙宝欣/图 钟于/文

盲盒不能真盲,“泡泡玛特们”不明白吗?

国家企业信用信息公示系统近日披露的一则行政处罚信息显示,因SKULLPANDA系列长袜盲盒涉嫌虚假宣传,北京泡泡玛特文化创意有限公司(以下简称泡泡玛特)被罚款20万元。盲盒,这一近年兴起的商业模式,再次引发公众热议。

顾名思义,盲盒,意味着在拆开包装前无法一睹产品“真容”。但盲盒之“盲”可以是形式却不应体现在内容,无论何时何地,质量作为产品的立身之本都应是品牌方关注的重点。

盲盒贩卖的是“不确定”即不可预见性,买盲盒好像是在买彩票,能释放压力,带来愿望成真的心理满足,在青少年群体中广为流行无疑有其现实基础。事实上,不仅泡泡玛特,随着“盲盒热”出现,不少商家纷纷效仿,从玩具、文具、图书到美妆、机票、食品等等,俨然已经万物皆可盲盒。与行情火热相伴的,是盲盒产品质量参差不齐,盲盒营销乱象百出,消费纠纷难以解决等问题日益凸显,个别如“快递盲盒”“宠物盲盒”等,甚至已经游走在违法边缘。

作为知名盲盒品牌,泡泡玛特近年来风靡大江南北,企业也因此赚得盆满钵满。盛名之下,本该加倍爱惜“羽毛”,做行业规则的建设者,行业健康发展的领跑者。遗憾的是,“泡泡玛特旗舰店”销售的商品“SKULLPANDA熊喵热潮系列潮流袜个性长袜盲盒”,介绍称“面料:棉97% 氨纶3%”,实际面料成分含量并未达到其宣传标准,导致企业在受罚的同时也被送上了舆论的风口浪尖。而另据报道,实际上泡泡玛特盲盒的产品质量一直受到消费者质疑,在黑猫投诉平台

中与之相关的投诉高达6232条。

有消费者表示,“早就该查了,买的瑕疵品好多”,戳中的是泡泡玛特的痛处,更是整个盲盒行业的软肋。

盲盒虽以“盲”为噱头,产品质量不能“盲”。盲盒的消费只能先付款后验货,于是很多无良商家就在“盲”字上大做文章,以次充好、虚高价格等现象层出不穷。比如两三元一支的水笔,装进盲盒就能卖到二三十元;明明是清仓尾货残次品,装进盲盒就“飞上枝头变凤凰”;一些“三无产品”也以“盲”之名,堂而皇之进入各类店铺。但客观而言,盲盒的稀有性和IP引起的只是消费冲动,而产品的质量、材质、使用感受等才是吸引持续消费的根本。牺牲了质量和口碑,盲盒这层美丽的“画皮”,就失去了赖以生长的血肉,再繁华也难免沦为一阵风光。

盲盒虽因“盲”走红,盲盒经济不能“盲”。当前消费市场上随处可见盲盒的身影,未来极有可能延伸至更多领域,这对监管提出了更高要求。对那些弄虚作假谋取不正当利益的商家,必须严厉打击,以确保盲盒中的产品安全合格。另一方面,要推动盲盒市场遵循合法合理的行业标准,至少确保盲盒内在产品价值和购买价格相称,亦即物有所值。当然,消费者自身也要有风险防范意识,保持理性的消费理念,适度消费,不宜盲目跟风。

盲盒虽“盲”,商家不能“盲”,消费者不能“盲”,对其监管更不能“盲”。只有优质的产品+流行的营销才能产生1+1>2的效果,推动盲盒经济长盛不衰。

·子川· (来源:人民网)



十大网络用语公布,记录时代的横切面

国家语言资源监测与研究网络中心近日发布“2021年度十大网络用语”。本次发布的十大网络用语依次为:觉醒年代;YYDS;双减;破防;元宇宙;绝绝子;躺平;伤害性不高,侮辱性极强;我看不懂,但我大受震撼;强国有我。

这些网络用语,相信都是今年以来人们耳熟能详的。这些词的来源也很广泛,有的来自重大历史事件现场,有的来自国家政策,有的来自影视剧,当然更多的还是来自网络上的习惯用语。它们从不同的角度,构成了对2021年中国互联网的记录。

每到年底,各类关键词、关键字的年度盘点层出不穷,网络用语无疑最受关注。所谓“书同文”,最强调经典性、广泛性的语言,却被网络“瓦解”了其原有特质。自从网络诞生,语言便开启了进化加速,过去是“一代有一代之文学”,现在恐怕是“一年有一年之文学”。

网络用语之所以层出不穷,不仅是因为技术建构的无边弗届,更主要的原因是文化创造的路径改变了。语言之变,过去主要来自知识阶层有意识的书写与提炼,当然这些在现在的网络语言中也有体现,不过更多则是自下而上的无意识创作。成语可以找到明确的出处,网络用语很多却不知作者,广泛分布的网民、灵机一动的创意,就如风行草上一般,一下便刷新了文化景观。

网络用语也在极大程度上构建了一个文化共同体,打破了不同场合下意识的语言区隔。就像这个“YYDS”,曾经小众

的、不属于任何一种语言的表达,却在一夜之间几乎覆盖了所有的网络平台,甚至进入主流媒体的视野。可以说,网络用语带来了一种“平等”,无关身份地位,人们进入了相同的文化场景之下。

换个角度看,网络语言也是速朽的,我们能记得唐诗,但恐怕已经记不清五年前的网络用语,记录着一时一地的故事与人们的情绪,它是网络世界曾经“活过”的证据。将这些词语“打捞”出来,并加以特别的纪念,也就是记录普通民众的日常,勾勒时代宏大背景之下的细节。这本身也是一种“尊重”。

孔子曾说:“夏礼吾能言之,杞不足征也。殷礼吾能言之,宋不足征也。文献不足故也,足,则吾能征之矣。”文献不足,让孔子苦于难以捕捉历史真实。今天我们记录下网络语言,或许也是在补充文献。千百年后的人,如果想知道我们当今的生活点滴、心曲衷肠,网络语言,或许会提供个极好的视角。

·王子墨· (来源:光明网)

世象杂谈

遗失启事

张秀荣、刘刚遗失南通市通州区东居置业有限公司预付账款发票,开票日期为2019年10月9日,号码为09725339,发票金额为396436元,作废。

树立节能降耗新理念

创建绿色生产好家园

