

## 强化党建引领 凝聚发展合力 为全方位推进高质量发展提供坚强政治保证

(上接第1版)

寿阳县社会综合治理联动中心持续加强党建引领,积极推进全科网格建设,“坚持一切工作到支部,一切工作进网格”,走出了一条党建引领、网格化管理、信息化支撑的基层社会治理新路径。在社会综合治理联动中心,吴俊清详细了解中心建设运行情况,听取寿阳县社会治理工作汇报,观看了网格化服务管理信息平台演示。他强调,要以综治中心为总牵引,进一步优化网格化服务管理平台,打通数据壁垒,整合各方力量,实现数据资源共享,不断提升基层社会治理标准化、规范化、智能化水平。

加强基层党建、完善基层治理是此次调研的重要内容。景尚乡下洲村党委不断探索党建引领基层治理的有效路径,不断完善党组织引领下的基层治理体系,不断提高现代化治理水平,走出了“一条党群同心、共绘基层治理‘同心圆’”的新路径。吴俊清在这里听取寿阳县农村“两委”主干“选育管用”试点办法汇报,了解下洲村党建工作开展情况,对该村党建引领基层治理的积极成效给予充分肯定。他强调,要强化党对农村“两委”主干的核心领导作用,认真总结寿阳经验,切实做好农村“两委”换届后半篇文章,进一步加强党对村“两委”

主干“选育管用”的全过程领导,激励农村干部担当作为,全面提升乡村治理能力,把农村基层党组织打造成为坚强战斗堡垒,为实施好乡村振兴战略提供坚强组织保证。

在祁寯藻故里景区,吴俊清仔细查看了解景区环境秩序、管理运营、基础设施建设、业态服务等情况。他强调,要坚持保护与开发并重,在尊重历史的基础上,发挥地方文化资源优势,深化祁寯藻文化研究,讲好祁寯藻故事,进一步扩大祁寯藻文化品牌影响力,提升景区文化内涵和品位,促进文化与旅游融合发展。

(上接第1版)要科学谋划、安全高效施工,积极打造精品工程,提升寿阳县城市品位。要认真总结网格化管理工作的经验做法,继续强化网格保障力度,统筹整合各类资源,确保网格工作高质量运行,不断提升社会治理能力和水平。要扎实做好土地托管工作,提升土地的利用率;要加强与专业院校的合作,不断改进完善秸秆还田技术,进一步提高农作物产量,增加农民收入。要不断完善基础设施和服务功能,为老百姓创造一个整洁、干净、优美的生活环境;要进一步做大做强乡村旅游品牌,不断拓宽村民增收致富的渠道;要扎实实施乡村振兴战略实施好,让村民享受更多改革发展成果。

(梁斌 张鑫)

## 持续回暖活力涌动

(上接第1版)

### 平台蓄势—— 助推服务业转型升级

如今,事关百姓生活的吃喝拉撒着实都离不开互联网,从十年前的网上“淘”衣服、日用品,到前几年的购家电、家具,到现在的订机票、滴滴打车……平台经济已渗透到我市民众日常生活的方方面面,也已从以前单纯的网上“买买买”,转型到触网进驻平台“卖卖卖”,一批本土网红、创客、知名主播应运而生,更有平遥牛肉、荣欣堂太谷饼、大华玻璃、海玉石头饼等知名产品纷纷抢抓先机直播带货,大大拓展了销售渠道。还有一批“农村创客”“乡村能人”等搭上了“互联网+”的顺风车,把农副产品销往全国各地。

随之,作为运输行业新业态的网络货运平台,也越来越成为物流市场的主体模式。今年以来,我市研究出台《支持网络货运平台企业发展若干措施》,拿出真金白银引导支持网络货运平台企业落户晋中。目前,已发展网络货运平台企业10户,其中仅成丰货运1户企业,上半年的营业收入就达61亿元。

为推动平台经济的快速发展,我市还制定了《促进平台经济健康发展20条》,抽调业务骨干组建了4个工作小组,对11个县(区、市)开展常态化一线督导。目前,围绕交通运输、餐饮购物等8个重点领域,重点培育发展平台企业41户。

平台经济的加快发展,带动了直播带货、线上广告、线上教育等的快速增长,网络消费保持较好增势。上半

年,我市通过公共网络实现的商品销售额达2.5亿元,同比增长28.4%;全市电信业务总量增长29.1%。

### 消费升级—— 挖掘潜力提品质

眼下,正是大久保鲜桃上市季。8月10日,记者走访“三晋仙桃第一村”太谷区北洸乡井神村时发现,正宗大久保鲜桃每公斤的价格平均在2元至4元之间,与以往不同的是,品相好、价格高的鲜桃更受批发商、消费者欢迎。“昨天我给客户发往北京和深圳的鲜桃个顶个的好,直接从树上摘下来打包后发顺丰,隔天就能吃上家乡的鲜桃。”村党支部书记武俊民一边帮着村民打包一边与记者聊着,“发往外地的鲜桃价格高出平常价格的一倍多,再加上冷链运输费用高,一箱5公斤

的鲜桃快递发货价格在50多元,但订货的人依然很多。现在,人们特别注重生活品质,只要东西品质好、产品有保障,大家就愿意下单。”

从上半年全市消费数据看,升级类消费加快回补。在众多的消费类产品中,最打眼的是升级类商品旺销,大额消费迅速回暖。化妆品类、金银珠宝类商品零售额分别增长133%、65.2%;通讯器材类、书报杂志类和体育娱乐用品类商品零售额分别增长46.1%、54.5%和69.6%;汽车和石油零售额分别增长15.5%和22.6%;五金电料类商品零售额增长39.5%;家具类商品零售额增长68.3%。

随着收入逐年递增,我市居民对高品质高层次消费需求不断升温,加之新业态新模式的加速创新,线上线下消费的同频共振,为全市全方位高质量发展释放出无限的内需潜力和市场活力,真正让消费成为拉动经济增长的第一动力。



携手共建 美好家园

晋中日报社宣

## 融媒体时代县级电视台新闻类节目如何发展之我见

李 强

闻的真实性首先要对信息源进行严格把关和审查,确保信息准确可靠,不能因为追求快捷而影响可信度。要避免媚俗、低俗,坚持正确的舆论导向和审美情趣。

二、要用足用活舆论监督手段。

舆论监督是党和人民赋予媒体的权力。

舆论监督做得好,对化解社会矛盾、

维护社会稳定能起到积极的促进作用。

同时,通过舆论监督又可提高媒体的影响力。

例如开办的《关注》栏目定位

于“关注民生,服务发展”这一主题,

记者对政府想解决、群众盼望解决的问

题进行监督报道;例如道路施工改造、集中供暖、噪音扰民等问题的报道,既帮助群众解决

了困难,又帮助政府分了忧,受到群众欢

迎。贴近生活、贴近群众、关注民生“接地气”,成为节目的又一特色。

县级广播电视台开设的“身边人,身边事”“榜样的力量”“民生在线”等栏目都是报道老百姓身边的人、身边的事,关注他们热

点、难点问题。

例如我们在报道了《十岁

女童党陆甜照顾瘫痪奶奶和残疾叔叔》

的新闻后,全市众多爱心人士和企业家纷纷慷慨解囊为他们捐助,帮助他们全家渡过

了难关。实践证明,办群众喜欢的电视节

目,为百姓做好事、办实事,就会得到老

百姓的信任,县级媒体的社会影响力就会得

到极大提升。

三、把握大势,顺势而为,应势而动,加快融合步伐。

如今,融媒体的发展是大势所趋,作为传统媒体不仅不要排斥,更应该主动作为,与新媒体融合。要借助媒体的力量搭建广播电视传播的新媒体平台,扩大自身的影响力。

要利用新技术做好新闻报道。要坚

持移动优先,坚持一体发展。

我台记者

在一些大型会议上进行采访时,已通过

网络或手机微信、QQ等第一时间传回文

字和图像信息,极大地提高了新闻的时

效性,同时,介休市融媒体中心还开辟了

介休融媒、介休报社、APP等“两微一端”

融媒体平台,在“介休”手机APP上做

深做强“融媒+党建”“做大做强”融媒+政

务”、做实做细“融媒+服务”。

目前,已在各

类新媒体矩阵上发布短视频50余条,单

条最高阅读量超3.3万人次。“介休广电”

抖音官方号推出的视频消息单条最高浏

览量达2420万次,点赞量达32万次,留言

6万余条。

与此同时,坚持节目多元化。

我们在做好新闻宣传报道的同时,积极探索微

影拍摄,积极扩大对外影响力。

策划、制

作、播出影视类介休好人系列微电影《天

使的守护》《那一抹蓝》《暖冬》《一个纯粹

的人》《至亲》《守护》6部;廉政微视频《考

察》《永远在路上》《送礼》3部。《考察》荣获“第三届美丽乡村国际微电影艺术节”特别单元最佳作品大奖。《永远在路上》荣获“两岸影响力影片”。“不忘初心、牢记使命”主题教育影片《坚守》荣获“影响中国传媒”2018年度影响力电视剧大奖、“2019年第四届美丽乡村国际微电影艺术节”特别单元最佳作品奖。

过去,广播电视台节目主要通过无线发射和有线广播电视台进行传输,受众只有在节目固定的播出时间和特定的频道才能收看电视节目,受众处于一种被动的接受模式,而把电视节目传输到互联网平台以后,节目也可以多次发布,实现节目内容的再次利用和发掘。县级电视台通过建立广电门户网站的方式让节目的传输方式实现变革,从而扩大了县级媒体的影响力。融媒体时代不断进步和发展,县级电视台,只有跟上时代的步伐,坚持新闻立台指导思想和“三贴近”原则,不断进行变革和创新,借助于新媒体提供的技术支持,才能在激烈的新媒体时代立于不败之地,实现自身的再次发展和跨越。

站在新的起点上,介休市融媒体中心将自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,把党的“好声音传遍千家万户”,按照“融为一、合而为一”的发展要求,不忘初心,融创未来。

(作者单位:介休市融媒体中心)



## 《公众和重点职业人群 戴口罩指引(2021年8月版)》

## 《重点场所重点单位重点人群 新冠肺炎疫情常态化防控相关 防护指南(2021年8月版)》

### 有关问题解答(二)



针对当前疫情防控形势和人群流行特征,国家卫生健康委员会有关部门对戴口罩指引和重点场所重点单位重点人群防护指南进行了修订,形成了《公众和重点职业人群戴口罩指引(2021年8月版)》和《重点场所重点单位重点人群新冠肺炎疫情常态化防控相关防护指南(2021年8月版)》。现就有关问题解答如下:

4

与之前“三重”(重点场所、重点单位、重点人群)防护指南相比,这次修订的主要变化有哪些?

“三重”的种类由原来65类增加到85类。在重点场所和重点单位方面,增加了对码头、口岸、棋牌室(麻将馆)、游船(观光船)、剧场等10类场所和单位的卫生防护要求。在重点人群方面,增加了机场保洁人员、境外和境内航班保洁人员、机场司机、机场公安辅警等10类重点人群的卫生防护要求。

5

“三重”防护指南重点强化了哪些要求?

根据当前疫情形势,对所涉及的重点场所和重点单位进一步强调落实主体责任,坚持“人、物、环境同防”“闭环管理”,强化了健康监测、疫苗接种、核酸检测、清洁消毒和应急处置等措施要求。对所涉及的重点人群,加强相关行业职业人员,特别是一线职业人员严格执行戴口罩、疫苗接种、消毒等防护要求,确保各项防控措施落实到位。

6

公众居家生活需要提高防护措施等级吗?

公众的防护措施等级要求没有变化。但是公众要继续强化第一健康责任人意识,居家时加强通风换气,做好清洁消毒,注意个人卫生,有症状时及时就医;外出时,戴口罩,做好个人防护,加强手卫生,保持安全距离,减少前往人员密集的场所,减少参加聚会、聚餐等活动。

7

商场、游泳、健身等生活服务类场所,防控措施有哪些新变化?

一是增加了体温检测和健康码核验,体温和健康码正常者可进入;二是细化了管理措施,提出对不使用或不会操作智能手机的老年人等群体做好服务引导等人性化管理措施;三是提升工作人员防护等级,工作人员要全程佩戴医用外科口罩或更高防护级别口罩。