七台河矿工报 2025年6月17日

《求是》杂志发表习近平总书记重要文章

用中长期规划指导经济社会发展是我们党治国理政的一种重要方式

新华社北京6月15日电 6月16日出版的第12期《求是》杂志将发表中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平的重要文章《用中长期规划指导经济社会发展是我们党治国理政的一种重要方式》。这是习近平总书记2015年10月至2025年4月期间有关重要论述的节录。

文章强调，科学制定和接续实施五年规划，是我们党治国理政一条重要经验，也是中国特色社会主义一个重要政治优势。新中国成立不久，我们党就提出建设社会主义现代化国家的目标。从第一个五年计划到第十四个五年规划，一以贯之的主题是把我国建设成为社会主义现代化国家。在这个过程中，我们党对建设社会主义现代化国家在认识上不断深入、在战略上不断成熟、在实践上不断丰富，加速了我国现代化发展进程。

文章指出，党的二十大报告深刻阐述了中国式现代化的中国特色、本质要求和重大原则，是对推进中国式现代化的最高顶层设计。中国式现代化是分阶段、分领域推进的，实现各个阶段发展目标、落实各个领域发展战略同样需要进行顶层设计。要深刻洞察世界发展大势，准确把握人民群众的共同愿望，深入探索经济社会发展规律，使制定的规划和政策体系体现时代性、把握规律性、富于创造性，做到远近结合、上下贯通、内容协调。

文章指出，人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，人民的信心和支持就是我们国家奋进的力量。好的方针政策和发展规划都应该顺应人民意愿、符合人民所思所盼，从群众中来、到群众中去。五年规划编制涉及经济社会发展方方面面，同人民群众生产生活息息相关，需要把加强顶层设计和坚持问计于民统一起来，把社会期盼、群众智慧、专家意见、基层经验充分吸收到规划编制中来。

文章强调，谋划“十五五”时期经济社会发展，必须准确把握“十五五”时期的阶段性要求，着眼强国建设、民族复兴伟业，紧紧围绕基本实现社会主义现代化目标，一个领域一个领域合理确定目标任务、提出思路举措。对各方面的目标任务，要深入分析论证，确保科学精准、能够如期实现。要统筹谋划，抓住关键性、决定性因素，把握好节奏和进度，注重巩固拓展优势、突破瓶颈堵点、补强短板弱项、提高质量效益，与整体目标保持取向一致性。各地区编制本地区规划要结合实际，实事求是，提高规划执行力和落实力。

动真碰硬解决突出问题

仲音

深入贯彻中央八项规定精神学习教育开展以来，各地各部门各单位按照党中央部署精心组织实施，取得阶段性成效。学习教育到了关键吃劲的时候，要坚持问题导向和严的标准，力度不松、劲头不减，锲而不舍落实中央八项规定精神，确保学有质量、查有力度、改有成效。

在贵州和云南考察期间要求各级党组织“聚焦主题、简约务实地组织好学习教育，不要搞形式主义”；在河南考察时严肃指出“不要把写了多少万字的学习心得作为学习成绩”“讲空话、搞作秀，毫无用处”……习近平总书记多次对学习教育提出明确要求，释放出从严从实推进学习教育的强烈信号。也要看到，仍有一些地方抓落实不深不细不严，学查改浮于表面；有的党员干部存在应付思想、过关心态，没有真正把作风要求内化于心、外化于行。这也警示我们，开展学习教育决不能搞形式主义，必须走深走实，持续一体推进学查改。

行动上的偏差，根源在于思想认识不到位。学习就是要解决思想根子的问题。广大党员干部要充分认识开展学习教育的重要性和紧迫性，把思想和行动统一到党中央决策部署上来。必须看到，学习的目的在于运用，不能将“痕迹”当“成绩”，让学习浮于表面、流于形式。带着问题学、联系实际学，将深入学习习近平总书记关于加强党的作风建设的重要论述和中央八项规定及其实施细则精神贯穿学习教育始终，才能把学习研讨成果更好转化为作风建设实绩、改革发展实效。

“学”是“查”的基础，“查”是“改”的前提。查摆不往实里走，整改就无法往深里走。现实中，查摆问题不到位的现象仍然存在，有的不聚焦，撒开清单、漫无边际；有的不具体，大而化之、似是而非；有的不深入，避重就轻、遮遮掩掩。党员干部要把问题清单当作找出差距、修身正己的镜子，积极对照检查，把病灶挖出来、把靶子立起来，做到见人见事见思想。对落实中央八项规定精神方面存在的其他问题，要一并查摆，确保无死角、无盲区、无遗漏。

入脑入心学，深入具体查，关键要见行见效改。坚持有什么问题就解决什么问题、什么问题突出就重点整治什么问题，彰显出刀刃向内的勇气担当。解决突出问题，要善于分类施策，能够当下改的立查立改、即知即改，不等不拖不观望；对一时解决不了的问题逐项制定整改措施，纳入集中整治台账，制定切实可行的整治措施，一条一条推进落实、一项一项对账销号。制度是作风建设的重要保障，要把作风硬要求变成硬措施、让铁规矩长出铁牙齿。一手抓建章立制，一手抓贯彻执行，才能堵漏洞、强震慑，防止歪风邪气反弹回潮。

派出指导组和督导组，是党中央着眼解决突出问题的重要部署。指导督导要聚焦深化学习、找准问题、集中整治、建章立制、压实责任，突出重点，精准发力。要找准切入点和发力点，对查摆问题开展“回头看”，督促完善集中整治台账，督促聚力用劲整治违规吃喝、违规收送礼品礼金、侵害群众利益、不担当不作为等突出问题，“督”在症结上、“导”在关键处，让纸面整改、虚假整改无处遁形。

检验学习教育成果，归根到底要看作风建设的新变化、高质量发展的实效性、人民群众的满意度。各级党组织切实负起责任，领导干部严于律己、以身作则，形成以上率下、以上带下的良好氛围，做到问题不解决不放过、整改不到位不罢休，定能推动学习教育取得实实在在成效，以优良作风凝心聚力、干事创业，不负亿万人民的殷切期待。 （人民日报）

锲而不舍落实中央八项规定精神

《个体工商户登记管理规定》7月15日起施行

新华社北京6月14日电（记者 赵文君）市场监管总局14日对外发布《个体工商户登记管理规定》，规定将于7月15日起正式施行。这将进一步规范个体工商户登记管理，保护个体工商户合法权益，促进个体工商户高质量发展。

据介绍，这一规定是在《促进个体工商户发展条例》《中华人民共和国市场主体登记管理条例》及其实施细则的基础上，针对个体工商户独特的法律属性和经营特点，结合近年来登记管理工作中遇到的新问题，对个体工商户的登记管理规则进一步细化完善。

规定细化和完善了登记规则，明确了个体工商户登记管辖范围，个体工商户应当向其经营场所所在地登记机关申请设立登记；仅通过网络开展经营活动的平台内经营者申请登记为个体工商户，应当向经营者住所所在地的登记机关申请设立登记。

同时，规定细化了个体工商户住所和经营场所登记规则，个体工商户可以在其登记机关辖区内申请登记一个或者多个实体经营场所；仅通过网络开展经营活动的平台内经营者申请登记为个体工商户，可以将电子商务平台提供的网络经营场所登记为经营场所。此外，规定健全了退出机制，完善了个体工商户注销制度，增设了另册管理制度。

在优化服务方面，规定明确了个体工商户跨区迁移的，登记机关应当按照规定做好信息对接、档案迁移等工作。个体工商户投资设立或者参股企业的，应当以其经营者作为股东（投资人、合伙人）。规定了个体工商户变更经营者或者转型为企业可以通过变更登记的方式，并明确了具体条件、程序、申请材料等。明确了经营权继承的相关要求和材料规范，为个体工商户传承、打造“百年老店”提供制度支撑。

五月金融数据出炉，新增贷款投向何处

13日，5月金融统计数据出炉。哪些领域更“吸金”？哪些数据增长更亮眼？

中国人民银行当日发布的金融统计数据显示，5月末，我国人民币贷款余额266.32万亿元，同比增长7.1%；社会融资规模存量为426.16万亿元，同比增长8.7%；广义货币（M2）余额325.78万亿元，同比增长7.9%。

“总体来看，金融总量保持平稳，前5个月新增贷款10.68万亿元，支持实体经济力度保持稳固。”清华大学国家金融研究院院长田轩认为，5月降息等一揽子金融政策落地见效，进一步激发了信贷需求。

超10万亿元的信贷资金流向了哪里？从中国人民银行发布的数据可以看出，超九成新增贷款投向了企业。

数据显示，前5个月，我国企（事）业单位贷款增加9.8万亿元，其中中长期贷款增加6.16万亿元。也就是说，中长期贷款占比超过六成，为企业投资和生产提供了稳定而有力的支持。

随着5月底中国建设银行840万元贷款到账，福建信亿机械科技有限公司忙碌了起来：销售团队第一时间汇集订单需求，技术团队忙着研发新款高速智控编织机……

“近期订单激增，技术研发进入关键期，建行这笔贷款为我们加大研发生产投入提供了重要支持。”公司负责人殷守国说，在5月贷款市场报价利率（LPR）下调的基础上，建行根据自身科创企业“白名单”给予利率优惠，为企业提供了利率2.7%的低成本贷款。

记者从多家银行了解到，5月中国人民银行降低了政策利率，带动LPR下行，因利率更加划算，不少企业和个人贷款意愿明显增加。

这也可以从个人贷款数据变化得以印证。前5个月，住户部门的中长期贷款增加8347亿元，其中5月增长势头明显。

一家国有大行工作人员告诉记者，降息政策一出，不少银行已迅速跟进调整了个人住房按揭贷款利率。近期部分地区房地产市场交易回暖，个人住房按揭贷款投放有所增多。

中国人民银行的数据显示，5月份，企业新发放贷款（本外币）加权平均利率约3.2%，比上年同期低约50个基点；个人住房新发放贷款（本外币）加权平均利率约3.1%，比上年同期低约55个基点。

在贷款“量增价降”的同时，信贷结构也出现不少亮点。数据显示，5月末，普惠小微贷款余额34.42万亿元，同比增长11.6%；制造业中长期贷款余额为14.75万亿元，同比增长8.8%，均高于同期各项贷款增速。

信贷只是社会融资渠道之一。数据显示，5月末企业债券余额同比增长3.4%，政府债券余额同比增长20.9%。受政府债券和企业债券等直接融资的拉动，社会融资规模较快增长。

“5月初，多项支持科技创新债券发行的措施发布，为企业债券融资提供了更多便利。”光大证券固定收益首席分析师张旭说，从社会融资规模的构成分布看，债券融资占比在上升，贷款占比在下降，体现出我国直接融资加快发展，与高成长、重研发、轻资产的新动能领域更为适配。

随着各项政策逐步落地生效，金融支持经济作用持续显现。数据显示，5月末，狭义货币（M1）余额108.91万亿元，同比增长2.3%。M2与M1的“剪刀差”明显收窄，折射出经济向好态势。

“与趴在银行账户的定期存款相比，M1所统计的多是支付交易便利的‘活钱’，能够更好显示企业预期和投资需求。”西南财经大学中国金融研究院副教授万晓莉表示，5月这部分“活钱”增速明显加快，说明在一揽子金融政策助力下，投资、消费等经济活动有回暖提升的迹象。

在专家看来，下阶段金融总量增长有望保持平稳。“一揽子金融政策措施有效提振了市场信心，经营主体也在主动应变、转型发展，这些都对实体经济有效需求恢复起到积极作用。”田轩表示，6月经济活动通常比较活跃，融资需求相应也会增多。

万晓莉认为，前期消费品以旧换新等政策效果明显，未来服务消费则具有较大增长潜力。近期中国人民银行推出的服务消费与养老再贷款工具，有助于推动企业提升服务消费供给水平，也是未来金融政策支持促消费的重要着力点。 （新华社电）

主题活动丰富多彩 安全教育入脑入心

（上接一版）安全知识有奖问答牢记“安全经”。“今年安全生产月的活动主题是什么？”、“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患。”答题正确的职工在现场选择了一份小礼品。这是新立矿开展安全宣传咨询日安全知识有奖问答的一幕。“什么是‘三违’？”、“‘三违’是指安全生产工作中的违章指挥、违章作业、违反劳动纪律，可能引起事故的行为或现象。”、“回答正确，奖励你一套洗漱用品。”6月16日，七峰煤矿面向升入井职工开展安全知识有奖问答活动，升入井职工驻足停留，积极踊跃回答问题。建设矿各井区利用班前课纷纷开展安全知识有奖问答活动，设立安全知识抽题箱，职工任意抽题回答，奖励答题正确的职工毛巾、香皂、手套等奖品。在龙湖矿和胜利矿管理处安全生产知识问答活动现场，工作人员还没有念完题目，职工已经异口同声地“抢答”出了正确答案。通过参加竞赛答题活动，公司广大职工及时了解了国家有关安全法律法规，掌握了安全知识，提高了规范操作意识。

宣传安全知识绷紧“安全弦”。公司各矿举办形式多样的安全宣传咨询日活动，利用班前课电视循环播放职工家属的亲情寄语，告诫职工远离“三违”、兑规作业，组织职工在写有“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”安全生产月活动主题的条幅上郑重签名。新建矿精心策划了“漫‘话’安全”活动，漫画以独特的视角和生动的表现形式把抽象的安全理念转化为直观、形象的视觉语言，增强了职工抓好安全生产工作的思想自觉和行动自觉。新铁矿围绕“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”安全生产月活动主题，组织职工家属安全协管员到井区班前课开展安全生产月安全宣传咨询日慰问活动，为职工送去了安全叮嘱、安全知识和慰问品，叮嘱职工牢记安全、按章作业，句句深情、字字暖心，让职工深受感动，营造了关爱生命、关注安全的浓厚氛围。新铁矿职工说：“职工家属安全协管员到班前课慰问，叮嘱我们要保证安全生产，让我们心里暖暖的，我们要把安全放在心上、落实在行动中，做到保安全、促生产、建新功。”向阳矿管理处组织职工参观安全漫画展，向职工讲解安全知识，普及安全生产工作措施和经验做法、事故典型案例警示分析等内容，使职工深刻地认识到安全工作的重要性。广大职工表示，要立足本职岗位，坚决把安全责任扛在肩上、把安全工作抓在手上，为安全稳定发展贡献力量。

答疑解惑系紧“安全带”。“如果遇到紧急情况，你会怎么做？”、“正确佩戴自救器的步骤是什么？”新兴矿设立咨询台，向职工发放安全宣传手册，宣讲应急疏散知识，讲解安全生产、法律法规相关知识，广大职工认真聆听、虚心学习，增强了安全意识，提高了防范安全事故能力。公司各单位纷纷设立咨询台，开展安全生产咨询和宣教活动，面对面向职工解答安全生产问题，宣讲安全生产法律法规和规章制度，开展违规违章案例警示教育，发放有关安全宣教材料，普及安全知识，进一步提升职工的安全素质。

安全宣传咨询日这天，公司各单位开展安全签名、安全生产法律法规咨询、智能化综采工艺进一线、参观安全生产月主题展板等活动，采取集中宣传、安全咨询、安全知识有奖问答等形式，让广大职工知安全、懂安全、会安全，让安全生产理念深入人心，助推企业安全高质量发展。安全宣传咨询日活动丰富多彩，公司广大职工纷纷参与其中，在受到安全教育的同时学习了安全知识，提高了安全意识和责任意识，汇聚起安全生产齐抓共管、上下联动、全员参与的强大合力，营造了“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”的浓厚氛围，把安全生产月活动推向了高潮。

新华视点

拆解现象级话题“苏超”热的底层逻辑

新华社南京6月13日电（记者 何磊静）“比赛第一，友谊第十四！”、全民欢乐“造梗”、对手“K歌互动”……一场江苏境内的“草根”赛事，近期凭场均超万人上座率、社交平台数亿次传播，一跃成为现象级热点。

这一被网友称为“苏超”的江苏省城市足球联赛，不仅踢出破圈“世界波”，而且撬动一场文旅消费的“泼天富贵”。这一话题形成热点的底层逻辑是什么？这场赛事为各地文体旅融合发展带来哪些启示？

体育引流文旅留客

常州“9.9元门票+萝卜干炒饭”套餐让特产销量暴涨；盐城“观鸟+观赛”套餐预订超2万单；镇江西津渡景区赛事期间夜游人数翻3倍……“看似球输了，其实赢麻了”，网友一句戏谑，道出“苏超”爆火背后的“文旅热”。

端午假期恰逢第三轮对决。途牛数据显示，主场作战的泰州、盐城、徐州等城市出游人次同比增长分别为45%、27%和26%，出游热度增长显著；据江苏智慧文旅平台监测，6个主场城市银联异地渠道文旅消费额增长14.63%。

“徐州烧烤”搜索量激增197%、“看球酒吧”搜索大增407%、“儿童足球培训”成热搜词……美团数据显示，6月首周，“苏超”掀起江苏境内一波美食消费、聚会观赛及运动玩乐热潮。

专属福利助推“为一场球赴一座城”。

无锡为常州市民看球准备专属优惠：阳山水蜜桃“买一送一”、商场免费停车、打车可享6折；苏州周庄、同里等多家古镇宣布免费入园政策；扬州推出主场日所在周末全市国营景区免费对省内市民开放，并配套住宿、餐饮、演艺等多重优惠。

“‘苏超’带动的‘票根优惠’正串起赛事、文旅、消费等，结合景区、文创、购物等场景，为游客提供‘观赛+旅游+购物’一站式体验，延长其停留时间，提升消费频次。”江苏师范大学商学院教授司增绰说。

镇江卖“输球醋饮”、扬州秀非遗漆器、宿迁霸王鞭鼓助威……“苏超”也将赛事变身城市文化的立体展演。“以前对徐州的认知是‘重工业城市’，去了才发现原来有这么多‘楚汉’文化景点。”南京球迷张超说。

业内人士指出，快乐本身是最大的经济动力之一，“苏超”的娱乐性、纯粹性和全民参与正成就一场欢乐消费盛宴。苏南、苏中、苏北文旅资源各有不同，联赛加速“省内深度游”“探访兄弟城市”升温，成为撬动文旅品牌共塑的新支点。

缘何吸引大量“路人”？

无锡新市民王琳不是足球迷，却早早规划了看球行程：6月14日去江阴周末游，15日现场看“苏超”焦点战——无锡队主场迎战常州队的“倒一之争”。“无论是网上还是身边人，都在聊这场比赛。我也想感受下‘苏超’现场气氛，顺便玩一圈。”她说。

自5月10日开赛以来，“江苏城市联赛”相关话题在短视频平台播放量达数亿次，像王琳一样的“苏超”迷持续涌现。据江苏省体育局介绍，“苏超”前三轮吸引超19万名观众涌进球场，上座率堪比职业联赛。

10元门票、免费直播、简化流程……一系列“降门槛”举措让“苏超”的群众属性和开放性拉满，吸引大量“路人”成为“气氛组”，主动为城市“站队”。

与中超、中甲等联赛高门槛不同，“苏超”13支参赛队伍中，大多数球员来自不同行业，包括本地教师、快递员、程序员等。“他们白天上班、晚上练球，以‘全民足球’新模式拉近了与大众的距离。”江苏省体育局副局长刘彤说。

情绪价值的释放也让赛事在社交平台滚雪球般传播。

南京队与无锡队赛前“水蜜桃加盐”“盐水鸭加糖”互怼；徐州队对阵宿迁队被戏称为“楚汉争霸”；连续输球的常州队被调侃“常”字笔画快没了……网友在“热梗”中感受“苏超”的松弛感。

苏州以老歌《阿莲》向连云港“表白”，连云港回应“阿苏，我一见你就笑”；常州以“无所谓谁会爱上谁”向无锡“示爱”，无锡回复“阿D不会被现实磨平棱角”……城市官方账号纷纷下场“K歌互动”，让赛事文化更鲜活。网友笑称：“比赛第一，爱情第十五，别沦陷了。”

城市自信也进一步推动百花齐放。

专家指出，江苏“十三太保”各具经济文化特色，交通便捷且体育设施完备，“苏超”保留城市个性，又在共同话题中凝聚归属感，“一城一主场”为每个城市提供了展示地域特色和承接赛事流量的绝佳窗口。

绿茵场的“好胜心”也衍生出城市文旅、球迷文化等外围较量。中山大学管理学院教授李孔岳表示，“苏超”在用互联网思维定义“团结”，即共享流量。这种“竞争式团结”是高级协同，成功实现了“体育搭台、百业唱戏”。

业内人士表示，“苏超”的走红和近年来诸多地方文旅热类似，都是创造性地打造大众参与的新场景，以群众思维开展官方动员，继而依托民间活力释放文旅消费新磁场。

有专家指出，与不少网红城市相比，“苏超”带来的文旅热度先是被“形散”的本省人盘活，形成强大生态后再吸引外部关注；联赛为长期夜间娱乐消费提供了新选项，加之江苏体育制造外延丰富，这些本土化特质形成了更有力的内生动能。

如何踢好“下半场”？

尽管有人说，“苏超”的经验难以复制，但其因地制宜打造名片的文体旅融合创新打法，也给更多地方带来启示。

“苏超”赛场内外用幽默化解竞争，为公众提供情绪出口，同时利用地方文化自信进行符号转化，通过美食、方言、历史等具象化符号构建地方身份认同，继而形成全民参与的欢乐共振。“在注意力稀缺时代，谁能创造出‘社交货币’，谁就能培育出鲜活的名片。”李孔岳说。

火热的“苏超”今年将持续到11月。在点燃足球激情同时，如何守住文旅“泼天富贵”，继续踢好“下半场”？

“全民狂欢”怎样推陈出新；便民惠民措施如何落实到位；能否进一步打击黄牛囤票、消费侵权等行为……一系列留给“苏超”的命题待解。

苏州大学地方品牌化协同创新中心主任周永博指出，关键要打破文体旅产业边界，形成消费链式反应。“可通过‘小型化、区域化、全民化’的赛事设计实现破圈，借助市民的情感共鸣和参与热情，链接起体育赛事和城市发展。”

无锡拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平认为，从延续赛事热度来看，可进一步开发沉浸式观赛体验，在城市设立特色观赛点，如主题观赛酒吧、烧烤店、商业综合体等；扩大赛事衍生内容矩阵，以多元叙事持续挖掘体育精神内涵。

从服务保障看，可推行线上预约即时确认、景区专用通道、增设球迷服务岗等举措；采用科技化手段，通过“人脸识别+票务绑定”等技术进一步规范入场、入园管理。

此外，受访专家也建议加快培育“赛事经济生态圈”，如开发城市联名周边、推出“热梗”文创产品，设计打造足球主题研学路线等，让赛事衍生出常态化文旅消费业态。

本报地址：黑龙江省七台河市桃山区光明街 邮政编码 154600 广告热线：8790166 黑七广告许可证 工商广字003 印刷：本报印刷厂 年价：268.00元