

皖江评论

重实践，推动中国式现代化取得新进展新突破

——“牢牢把握主题教育总要求”系列评论③

梅麟

理论的价值在于指导实践，学习的目的在于运用。

在学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育工作会议上，习近平总书记明确提出这次主题教育的总要求，其中一个重要方面就是“重实践”。

实践性是马克思主义理论区别于其他理论的显著特征。习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是党和人民实践经验和集体智慧的结晶，是全党全国各族人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南，必须长期坚持并不断发展。党的十八大以来，伴随着习近平新时代中国特色社会主义思想在实践中形成发展的历程，持续推动党的创新理论武装全党，取得了明显成效。新时代10年的伟大变革，最根本在于有习近平总书记掌舵领航，有习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引。

但也要清醒认识到，有的党员、干部学风不纯，学归学做归做，不善于把学习成果转化为干事创业的实际本领。有的光说不练，表态快、调门高，行动慢、落实差。有的用党的创新理论指导实践、解决问题存在差距和不足等。开展主题教育，就是要坚持学思用贯通、知信行统一，自觉践行习近平新时代中国特色社会主义思想，用以改造客观世界、推动事业发展，用以观察时代、把握时代、引领时代，积极识变应变求变，解决经济社会发展中的各种矛盾问题，防范化解重大风险，推动中国式现代化取得新进展新突破。

学以致用、知行合一。学用脱节，根子在

学风不纯不正。开展这次主题教育，要大力弘扬理论联系实际的马克思主义学风，紧密结合新时代波澜壮阔的历史进程和伟大变革，深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想产生和发展的实践基础。紧密结合工作职责需要，深刻把握习近平新时代中国特色社会主义思想关于相关领域的重要论述以及做好具体工作的思路、举措、办法。把全面学习和重点学习结合起来，引导广大党员、干部坚持干什么就重点学什么、缺什么就重点补什么，增强学习的针对性、实效性。各地区各部门各单位要坚持围绕中心、服务大局，把开展主题教育同贯彻落实党中央各项决策部署结合起来，同推动本地区本部门本单位的中心工作结合起来，同推进机构改革结合起来，做到两手抓、两促进，推动党员、干部将焕发出来的学习、工作热情转化为攻坚克难、干事创业的强大动力。

大兴调查研究之风。习近平总书记强调，调查研究是我们党的传家宝，是做好各项工作的基本功。把大兴调查研究作为重要内容，是这次主题教育的鲜明特色。按照党中央关于在全党大兴调查研究的工作方案，要组织广大党员、干部特别是各级领导干部扑下身子、沉到一线，深入农村、社区、企业、医院、学校、“两新”组织等基层单位，把脉问诊、解剖麻雀，进行问题梳理、难题排查，用党的创新理论研究新情况、解决新问题。坚持问题导向，增强问题意识，敢于正视问题，善于发现问题，既看“高楼大厦”又看“背阴胡同”，真正把情况摸清、把问题找准、把对策提实。改进调研方式，力戒形式主义、官僚主义，多到困难多、群众意见集中、工作打不开局面的地方和单位调研。注重调研成果转

化运用，在调查的基础上深化研究，提高调研成果质量，切实把调研成果转化为解决问题、改进工作的实际举措，防止调查多研究少、情况多分析少，提出的对策建议大而化之、空洞抽象、不解决实际问题。

着力让群众得实惠。江山就是人民，人民就是江山。开展主题教育，要把人民群众满意不满意作为评判主题教育成效的根本标准。教育引导广大党员、干部牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持一切为了人民、一切依靠人民，自觉问计于民、问需于民，始终同人民同呼吸、共命运、心连心，通过做“蛋糕”“分蛋糕”不断增进民生福祉，着力解决人民群众急难愁盼问题，把惠民生、暖民心、顺民意的工作做到群众心坎上，增强人民群众获得感、幸福感、安全感。积极探索开展“民呼我为”“接诉即办”等，用好“民声呼应”载体，健全“统一收集诉求、分流交办核处、回复处理结果、及时督查跟踪”工作机制，常态化开展领导干部接访下访、阅办群众来信等，把矛盾纠纷化解在基层、化解在萌芽状态。落实党员领导干部直接联系群众制度，定期深入支部工作联系点，积极回应群众普遍关切的问题。广泛开展在职党员到社区报到和党员志愿服务活动，在服务群众、奉献社会中发挥作用。

习近平总书记强调，我们的干部要上进，我们的党要上进，我们的国家要上进，我们的民族要上进，就必须大兴学习之风，坚持学习、学习、再学习，坚持实践、实践、再实践。习近平新时代中国特色社会主义思想是一本书，要读好这本书，要坚持不懈学下去、悟进去，坚持用科学理论之“矢”去射强国建设、民族复兴之“的”，把这一思想转化为指导实践的强大力量，创造出更多令人刮目相看的人间奇迹。

有话要说

尊重历史应是出版底线

韩小乔

近日，小学生历史读物《写给孩子们看的中国史》出现事实性错误，该书使用的“丁汝昌投降图”引起广泛关注与质疑。该书出版方北京工业大学出版社回应称，停止该图书线上线下销售，全面收回销毁，同时举一反三开展自查整改，并将依法依规对相关责任人严肃处理。

“决不弃报国大义，今唯一死以尽臣职。”在甲午中日海战中，北洋水师提督丁汝昌拒绝日本诱降、宁死不屈、悲壮殉国的壮举，受世人敬仰。把爱国将领丑化为弯腰作揖的“汉奸叛徒”，不仅是对史实的背叛、对真相的歪曲，更严重伤害了民族感情。《写给孩子们看的中国史》出现事实性错误，不仅媒体跟进报道、丁汝昌后人表达愤怒，不少家长也在朋友圈发声谴责。

儿童读物出现事实错误、价值导向错误，

已不是首次。去年，小学教材问题插画事件曾引发轩然大波，产生极大负面影响。孩子就像一张白纸，看什么样的书某种程度上决定孩子的人生底色，优质童书滋养心灵，劣质童书误导人生。对童书里的一幅插图、一段注释较真，并非小题大做、上纲上线，而是事关教育导向与思想引领，事关孩子健康成长，更关系到社会、民族、国家的进步和发展。

近年来，随着童书销量增长，出版机构纷纷涌入，市场上童书眼花缭乱、良莠不齐。所谓“萝卜快了不洗泥”，不少出版社盯着眼前利益，对质量管理不上心，只想靠着精美装帧吸引读者，无视内容错误百出。尤其是插图、地图等非文字部分，在出版环节和质量把关中常被忽视。童书出现“丁汝昌投降图”，表面上看是编辑专业素养欠缺，对图片资料的考证使用不严谨，错误引用日本画师画作。但实际上，如此明显歪曲历史、颠倒黑白的插图，竟能直接用到小学生读物中，说明图书质

量管理缺位、相关审核形同虚设。“有毒”童书不能先靠事后追究，若不从源头完善机制、把好关口，就难以杜绝此类事件。

更深层次的问题是，有的出版从业者对历史缺乏敬畏。事关价值观、历史观塑造的儿童出版物，编撰时本该慎之又慎、万分谨慎，却屡屡出现错误，暴露出一些编者不懂历史，或是对历史缺乏客观、正确的认知。若是受人指使、明知故犯、另有所图，不动声色歪曲史实，故意植入错误历史观，潜移默化影响孩子，更是社会难以承受之痛，亟需进一步调查问责。这也给出版行业敲响了警钟，编辑、校对、审核各个环节不仅不可或缺，更不允许有丝毫马虎或有意错误钻空子。还要坚守历史真实的底线和原则，守好意识形态阵地，决不能让历史虚无主义的沉渣误导孩子。

昭昭前事，惕惕后人，忘记历史就意味着背叛。甲午战争虽已远去，但民族伤痛犹存，英雄壮举不该被遗忘。尊重历史、以史为鉴，承载着教育职责的儿童读物一字千钧，容不得马虎。对问题图书下架停止销售并非终点，各方都应摆正态度、承担责任、坚守底线，把好童书出版质量关，广泛普及历史知识，树立正确的历史观、价值观，给孩子提供更好的精神食粮。

议论风生

读懂“跨界”消费背后的需求

刘良慧

为解决吃饭问题，“90后”女生前往“小饭桌”就餐，未曾想餐食荤素搭配、干净卫生，吃后大呼满意、交钱续位；倦于同龄社交，“95后”男生参加以老年人为主的旅游“夕阳团”，不仅用较少的钱欣赏了美景，还成了大爷大妈热捧的“专业”摄影师。最近，这样的新闻迅速在网络流传。

点赞之外，舆论也不乏对“跨界”消费的质疑之声。“小饭桌”是近年来出现在学校附近区域，为低龄中小学生提供餐饮、休息、学习的经营场所，有一定的食品经营和安全等要求。成年人贸然加入，会打破这种纯粹，影

响孩子休息，造成安全隐患。“夕阳团”以老年人群体为主，按照老年人的作息习惯和兴趣爱好量身打造旅游线路，年轻人偶然为之，或会觉得新奇有趣，但次数多了，两代人出行习惯等矛盾就会出现，影响游玩质量。

其实，“蹭吃小饭桌”“抢占夕阳团”等行为多为好奇心驱使，并不具有持久性。不同年龄的人有不同的生活习惯，偶然“跨界”不可能轻易打破代际隔阂和交往壁垒。年轻人对“小饭桌”和“夕阳团”感到新鲜，无非是看上“小饭桌”的干净卫生和“夕阳团”的从容不迫。属于年轻人的“户外食堂”并非没有，但总觉得饭菜油腻了些、价格贵了些。属于年轻人的旅行团也随处可见，但紧张的出行节

奏令人疲惫，“低价团”背后的消费陷阱让人防不胜防。想获得高质量的餐饮和旅游服务，作为成年人，总要“多留点心”。

读懂“跨界”消费背后的需求，就要努力为年轻人提供更好的食、游等环境。监管部门对食品安全和价格监督不能缺位，食品经营单位也应从消费者角度出发，注重营养搭配、健康养生，让消费者吃得安心放心。文旅部门要加强对旅游市场的监督管理，坚决防止旅行社坑害消费者利益、破坏旅游形象和行业秩序，提升旅游经营机构服务质量。“五一”假期后，新疆、云南、广西等多个旅游热门目的地对投诉较多的旅行社实施重点监管和通报，表明了重拳治乱的决心。

“跨界”消费，偶尔为之、乐在其中，常态化开展、倦从中来。为各个年龄段、各种群体打造适合本圈层的消费环境，更好呵护吃饭出游等日常需求，这是市场经济分层分类经营的应有之举，也是社会创新发展的必由之路。

者病情没有好转，违规从业人员也能以“体质因人而异”“疗程不够”“可换治疗方法”等理由搪塞、逃避责任。此外，缺乏有效监管，相关部门对企业主体资格审核不严、消费纠纷查处不力，导致中医养生保健服务乱象频出。

此次印发《规范》，明确了中医养生保健服务内容，强调中医养生保健机构及其人员不得从事诊疗活动，为中医养生保健与中医诊疗活动划出了泾渭分明的“红线”，有助于提高从业门槛、整治行业乱象、保护消费者生命健康权。进一步引导中医保健服务行业规范有序发展，应成为职能部门今后努力的方向。细化行业标准，明确区分养生保健与中医诊疗技法，消除不良商家“打擦边球”空间。强化对中医保健服务机构监督检查力度，开展常态化巡查整治，严厉打击跨界行医、违规开展诊疗活动。加强医疗知识普及，引导消费者谨慎、理性对待养生保健服务。中医养生保健机构依规从医、以技服务，不断满足群众多样化、个性化健康需求。

为中医养生保健划“红线”

殷晓

近日，国家中医药管理局印发《中医养生保健服务规范(试行)》(以下简称《规范》)，对中医养生保健服务内容、提供中医养生保健服务的人员等进行规范。《规范》明确，提供中医养生保健服务的机构及其人员不得从事诊疗活动，包括使用中医技术方法、开具药品处方、给服务对象口服不符合相关规定的中药饮片、开展医疗气功活动等，且不得以中医药预防、保健、养生等为名开展虚假宣传。

如今，群众多层次多样化健康需求持续快速增长，中医“治未病”的独特优势和重要作用日益凸显，中医养生保健服务应运而

生。统计显示，我国健康养生市场规模已超万亿元、市场潜力巨大，但乱象也随之而来。一些中医养生馆并不具备诊疗资质，却堂而皇之跨界开展诊疗活动。一些养生保健机构不仅超范围经营，甚至从业人员不具备相关资质，导致拔罐烫伤、熏蒸烫伤等纠纷时有出现，不仅给消费者带来身心伤害，而且扰乱市场秩序、损害行业形象。

按规定，只有专业医疗机构才能为客户提供中医诊疗服务，从事中医诊疗活动人员必须有中医师资格。但由于不少人混淆了中医诊疗与中医养生保健的区别，给了一些机构和人员浑水摸鱼之机。中医药和中医技术有调理周期长、见效偏慢等特点，即使消费

热点热评

以品牌力量提升生活品质

徐海

展国货魅力，邀世界共享。近日，以“中国品牌，世界共享；品牌新力量，品质新生活”为主题的2023年中国品牌日活动在上海世博展览馆举行。全国各地各行业的品牌汇聚一堂，向世界传递中国品牌新势能。

品牌作为一种重要的无形资产，不仅是企业创造财富的“倍增器”，更是国家提升软实力的“助推器”。近年来，无论是小家电，还是大国重器，中国品牌日新月异，带着中国元素，融入世界脉搏，不断树立新口碑、新形象，在市场竞争中赢得了先机，掌握了主动，提升了核心竞争力。

随着经济社会快速发展，人们消费水平不断提升。曾经，广大消费者考虑的是能否“买得到”，而现在琢磨的则是如何“买得好”。以高品质产品和服务满足消费者多元需求，既是中国品牌的责任所在，也是品牌发展的机遇所在。

“金杯银杯不如老百姓的口碑”，消费者对品牌的第一评价，往往是“质量好不好”。可以说，“拼价格”并不能包打天下，“拼品质”才是必然选择。中国品牌，贵在“中国匠心”，企业要加强全过程、全方位质量管理，秉持精益求精的工匠精神，把爱岗敬业、严谨细致、扎实高效融入一个个具体产品之中，打造一批响当当的品牌。加快推动质量追溯体系建设，优化质量信息查询服务，让消费者买得放心、用得安心，不断提升消费信心。

质量是本，创新为魂。在大数据、云计算等新型信息技术支撑下，居民消费向着智能化、社交化和体验化方向全面延伸，消费需求呈现新特征、新趋势，对产业发展提出更高要求。今年品牌日活动中，全球

首创、全球首发、国产自研、独家专利等标签成为热词。无人驾驶重卡、四臂腹腔镜手术机器人、AI生理检测仪器等前沿科技创新应用，彰显国产品牌的科技力量，不断满足消费者对美好生活的向往。中国品牌要敢于走别人没有走过的路，在生产技术、商业模式等创新领域，久久为功、行稳致远。一方面，紧紧围绕民生热点，加大科技投入力度，奋力攻克核心技术，解决群众急难愁盼问题。另一方面，紧跟消费趋势，积极融入定制、体验、绿色、智能等新型消费元素，培育新业态新场景新模式，打造新的消费增长点，不断满足消费者多层次、个性化、高品质消费需求。

国产品牌离不开中华优秀传统文化助力。2022年《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，“国潮”已上升为主流消费热潮和风尚。与10年前相比，国潮热度增长超5倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，相较国外品牌选择偏好度高72%。很多企业在坚守产品品质的同时，将传统文化与现代元素相融合，让消费者产生价值认同感。百雀羚、同仁堂等老字号紧跟潮流，融合现代审美与时尚元素，重现古典美学魅力，企业要加强全过程、全方位质量管理，秉持精益求精的工匠精神，把爱岗敬业、严谨细致、扎实高效融入一个个具体产品之中，打造一批响当当的品牌。加快推动质量追溯体系建设，优化质量信息查询服务，让消费者买得放心、用得安心，不断提升消费信心。

质量是本，创新为魂。在大数据、云计算等新型信息技术支撑下，居民消费向着智能化、社交化和体验化方向全面延伸，消费需求呈现新特征、新趋势，对产业发展提出更高要求。今年品牌日活动中，全球

发挥品牌新力量，缔造品质新生活。做强做优中国品牌，持续推进品牌建设，聚焦新赛道、新动能、新场景，有效提升企业竞争力，助力中国品牌在世界舞台绽放光彩。

解禁路边摊 添彩不添堵

刘振

深圳市近日发布《关于规范城市管理路边摊点的通告》，明确路边摊点的设置条件、经营范围、管理要求等，自2023年9月1日起施行。这意味着深圳不再全面禁止路边摊，而是将其纳入规范化管理。消息一出，有网友表示“坚决支持”，有网友喊话，“让一线城市也多点淄博烧烤的烟火气”。

深圳此番动作并非个例，近期多地出台规定对路边摊解禁。北京明确在重点商圈组织开展外摆试点，兰州因地制宜创新设置特色市集，杭州对外摆经营进一步放宽场地、时间、业态限制。从这两年兴起“新奇特”的后备箱集市，到小商小贩云集、热闹非凡的网红夜市，再到充满传统烟火气息的非遗市集，路边摊逐渐回归日常生活。

市井长巷，聚拢来是烟火，舒展开是人情。曾经被视为脏乱差、影响市容的路边摊，如今逐渐成为城市烟火气的代名词。一份香气扑鼻的街头小吃、一个新潮可爱的文创玩具、路边摊不仅提供灵动鲜活的消费体验，也为更多人提供自主创业的渠道和机会。尤其经济仍待复苏的后疫情时代，路边摊兴起是微观经济逐渐活跃的表现，由此构成的各类特色市集也成为拉动消费、带火旅游的新赛道。数据显示，率先开放摆摊的成都，2个月解决8万人就业问题；杭州武林夜市“五一”期间市场火爆，日均客流量超20万人次。

路边摊虽小，作用却很大。经济的“毛细血管”畅通了，有利于拼经济促消费稳增长；烟火气提升了民生温度，城市活力日益显现；求新求异、各具特色的摊点，也是年轻人创新创意的孵化地。为路边摊提供必要的生存空间，是平衡市容与民生、创新的务实之道。过去，由于占道经营、环境卫生等问题，路边摊一度被不少城市取缔，如今越来越来越多城市对路边摊解禁，从“一刀切”禁止到放开包容，从简单粗暴管理到探索如何有序合规，城市管理者的顺应社会现实的转变值得肯定。但解禁路边摊只是第一步，放开不是放任，添彩不能添堵，如何让路边摊既有烟火气又不“呛人”，考验城市治理的绣花功夫。

放管理要平衡。粗放管理模式下，路边摊容易陷入一放就乱、一管就死的两难困境。但看到，烟火气与秩序感并不存在必然冲突，摆摊设点与市容环境的矛盾并非不可化解。观念升级，治理才能升级。

该放的放，在不损害公共利益和他人权益情况下，合理放开路边摊经营限制。人性化的管理，通过精细化管理、人性化引导、常态化监管，让路边摊合规经营、有序发展。上海明确划定摆摊开放区、设置特色点、疏导点、管控点，同时划定禁摆区、严控区、控制区等。兰州提出食品摊贩和街头艺人应具备相应资质。因地制宜、一事一议，优化布局，细化规则，有序放开之后不断补齐管理漏洞，在放管之间取得平衡，做好精细化管理文章，保护烟火气，保持文明味。

服务下功夫。精细化管理，不仅要管得住更要服务好，既要规范也要有助力，路边摊才能越来越红火。从这个意义上说，路边摊管理不是“猫捉老鼠”的执法游戏，而是惠民亲民的服务工程。比如，早在两年前，淄博经开区就规划12个便民疏导点、早夜市分布点，规定在这些区域内经营不收取任何费用、一切水电费全免。今年淄博烧烤的爆红，未尝不是对城市在优化营商环境上下功夫、将惠民亲民“进行到底”的回馈。优质服务没有止境。可否利用信息化技术，探索推进“一键办摊”“一摊一码”？可否将路边摊管理与解决就业结合起来，探索建设社区“15分钟就业圈”？如何引导路边摊诚信经营、带火旅游的新赛道。数据显示，率先开放摆摊的成都，2个月解决8万人就业问题；杭州武林夜市“五一”期间市场火爆，日均客流量超20万人次。

路边摊虽小，作用却很大。经济的“毛细血管”畅通了，有利于拼经济促消费稳增长；烟火气提升了民生温度，城市活力日益显现；求新求异、各具特色的摊点，也是年轻人创新创意的孵化地。为路边摊提供必要的生存空间，是平衡市容与民生、创新的务实之道。过去，由于占道经营、环境卫生等问题，路边摊一度被不少城市取缔，如今越来越来越多城市对路边摊解禁，从“一刀切”禁止到放开包容，从简单粗暴管理到探索如何有序合规，城市管理者的顺应社会现实的转变值得肯定。但解禁路边摊只是第一步，放开不是放任，添彩不能添堵，如何让路边摊既有烟火气又不“呛人”，考验城市治理的绣花功夫。

放管理要平衡。粗放管理模式下，路边摊容易陷入一放就乱、一管就死的两难困境。但看到，烟火气与秩序感并不存在必然冲突，摆摊设点与市容环境的矛盾并非不可化解。观念升级，治理才能升级。



安徽日报微博



安徽日报微信

联系电话 0551-65179148 投稿邮箱 ahrbpl@126.com