



◇余志勇

## “引”“服”并举,构筑区域发展新优势

遵义市立足区位优势与产业实际,以“引企入遵”为核心抓手,以“企业服务”为关键支撑,通过精准对接成渝、深化产业协作、优化营商环境,在主动融入国家重大战略中构建发展新优势,为全市经济高质量发展注入强劲动能。

遵义依托资源优势,聚焦“引得来”,以精准对接筑牢协作根基;聚焦“服务好”,以创新服务优化营商环境;聚焦“稳得住”,以长效机制保障发展质效,深化协同关系、拓展合作空间,完善互利共赢机制,下好发展“一盘棋”。

向开放的融合发展方式转变,从“点上发力”到“遍地开花”,既为自身发展拓展空间,也为带动其他产业提供动能。

遵义立足资源禀赋、比较优势,以错位发展、各展所长,让区域发展释放更强活力,机制之变的背后是掘得发展“源头活水”。2025年以来,对接成渝地区企业63家,签约成渝地区企业23家,签约项目25个,签约金额15.72亿元,成为承接成渝产业转移的重要载体;截至目前,遵义农产品销往成渝地区累计达48万吨、约46亿元等,亮眼数据背后,是理念革新、路径探索、

力量凝聚。

从首创“成渝服务专窗”,实现210项业务“跨省通办”,到以“1+N”模式提供精准服务,再到创新“招商+营商+政务”联动机制等,焕新的背后,是实现区域共同富裕的双向奔赴。遵义探索创新,算好增减账,跳出“一亩三分地”觅得新“机缘”。

遵义通过强化基础设施互联互通,提升公共服务共享水平,推动人才、技术、资本等要素自由流动,打破地域壁垒,释放协同效应。同时,注重生态环境共保共治,让各方在合作中找到利益契合点,形成互利共赢的良

性循环。

从“单点对接”到“全面协同”,从“专项对接”向“常态联动”转变,遵义进一步提高针对性、有效性,释放出“1+1>2”的协同效应,不断探索创新合作模式,强化与成渝地区的深度联动,让协同发展成果惠及更多领域和群体。

新征程上,百舸争流。遵义以清晰的思路、务实的举措,在积极服务国家战略中找准自身定位、拓展发展空间。坚持这一路径,持续用力,久久为功,遵义必能在高质量发展的道路上步履铿锵。



◇罗建华

## 答好春运“民生考卷”

一年一度的春运大幕即将开启。1月21日,2026年全国春运电视电话会议在京召开。会议指出,2026年春运将从2月2日开始,3月13日结束,共计40天。

春潮涌动,归期渐近。春运是关系人民群众切身利益、关系经济发展和稳定的大事,不仅是一年一度的“人类最大规模的周期性迁徙”,还是一场对于社会治理能力的“大考”。随着春运倒计时的敲响,铁路、公路、民航等部门已全面进入备战状态,从购票规则到运力扩容,从安全保障到服务升级,用责任与担当编织起一张覆盖全国的出行保障网,让这场跨越山海的旅程既有速度,更有温度。

打好服务“主动仗”,让“流动中国”更温暖。年年春运,岁岁暖心,这是一段温暖的归途,也是对交通运输部门最大的考验。答好春运这份沉甸甸的考卷,相关部门要对群众出行的“急难愁盼”多想一步、对服务保障的“细枝末节”多看一层。唯有想旅客之所想,急旅客之所急,把服务做得更暖心,才能让每一段旅途都能满载舒适与便捷。持续优化线上购票、自助安检、候乘换乘等

服务,强化道路疏堵保畅,加强自驾出行服务保障,强化学生、务工人员、游客等错峰出行引导;推出12306敬老版、老年人电话购票服务,60岁以上旅客优先配售卧铺下铺、为高校毕业生增加优惠购票次数、扩大“轻装行”行李托运试点、大幅拓展“静音车厢”服务覆盖范围……一项项贴心安排,精准回应多元出行需求,体现着以人为本的价值关怀,让团圆之路更有温度。

筑牢出行“生命线”,让“流动中国”更安全。安全是春运的生命线,保障运输安全是春运工作的重中之重。春运期间,探亲流、学生流、务工流和旅游流等几大客流叠加,高峰时段路网承压较重,保安全是一道难度大但必须答好的考题。应充分认识春运面临的形势特点,强化责任担当,以“时时放心不下”的责任感筑牢安全防线,压实各方安全责任,紧盯重点薄弱环节,加强隐患排查,深入开展安全监督检查,严厉打击违法违规行为。同时强化极端天气应对,加强灾害性天气预警预报,做好极端天气下交通管控和服务保障,让旅客带着安心出发,伴着舒心抵达。



◇陈相

## 走访慰问,贵在“走心”

新春将至,岁寒情深。走访慰问老党员和生活困难群众、群众,是我们党赓续多年的优良传统,是密切党群干群关系的重要纽带。然而,现实中一些走访却浮于表面:有的慰问队伍来去匆匆,放下物资、完成合影便算交差;有的干部交流时心不在焉,未能真正倾听与沟通。如此“身至心未至”的慰问,不仅难以温暖人心,还可能流于形式主义,反而疏远了党群、干群之间的情感联结。

“身至”是走访慰问的基本前提,而“走心”才是抵达群众心坎的关键。它要求党员干部走出机关大院、走进基层一线,亲眼察看群众的生活境况,当面询问群众的急难愁盼,亲手递送组织的关怀温暖,这份“身至”能让抽象的政策善意,具象化为一次贴心探望、一份暖心物资。但倘若少了“走心”的加持,没有真情实感的投入,走访便会沦为机械的“打卡任务”,既摸不到基层的真问题,也暖不了群众的心。唯有带着真心走基层,怀揣真情访群众,才能让慰问真正发挥出温暖人心的作用。

做到“走心”,首先要以真诚敲开群众“心门”。走访不是单方面的物资“给予”,而是双向的情感“交流”。党员干部需事先摸清慰问对象的实际情况与个性需求,杜绝“一刀切”式的粗放慰问。

做到“走心”,关键在于以务实回应群众“期盼”。慰问不能止于“问”,更要落脚于“办”。群众需要的往往不仅是米面油的物资帮扶,还可能是一次清晰的政策解读、一条有效的就业信息、一项实际的医疗帮扶。党员干部应带着问题意识走访,能现场协调的立即推动解决,需后续跟进的建立台账、限时反馈,将群众的“急难愁盼”切实转化为党员干部的“责任清单”。

做到“走心”,还需着眼长远,构建长效帮扶机制。慰问不应仅是节假日期间的“规定动作”,更应推动形成常态化、制度化的关怀帮扶体系。通过定期联系、动态跟踪,变“节日走访”为“平时常在”;通过完善政策、拓宽帮扶渠道,特别是对因病因灾致困的群体建立快速响应机制,确保关怀不断线、帮扶有始终。如此,温暖才能超越时节限制,长久浸润群众心田。



## 交友平台不能成为“交友陷阱”

部分交友平台通过机制设计,变相唆使用户打着“相亲”旗号行“网络乞讨”之实,看似聊天投缘,实则成为部分人的牟利手段。同时,由于用户身份虚实难辨,“杀猪盘”诈骗时有发生;未成年人与成年人同处“暧昧空间”,人身安全存在风险。(1月21日《新华每日电讯》)

随着互联网时代的到来,各类交友软件、婚恋交友网站随之兴起。但网络交友却乱象丛生。比如一些婚恋网站或交友平台疏于管理,以盈利为目的,背离了服务属性,甚至设立各种消费陷阱、“桃色陷阱”,以虚假信息吸引消费者,花招出尽,诱导消费者消费,让诈骗分子有可乘之机……

交友平台不能成为“交友陷阱”,需要加强监管,形成合力,净化网络交友环境。  
(戴先任)



(陈彦霖 绘)



◇汪昌莲

## 绝不能让儿童成为短剧侵权的“主角”

近日,国家广电总局网络视听司发布了儿童类微短剧管理提示,要求遏制儿童类微短剧的“成人化”倾向,纠偏“工具化”倾向、抵制“娱乐化”倾向,防止因创作不当损害未成年人身心健康发展。(1月22日澎湃新闻)

近年来,微短剧以迅雷不及掩耳之势席卷网络平台,其节奏快、冲突强、情节反转密集的特点,迅速捕获了大量观众。然而,在这股热潮中,一个令人忧心的现象悄然浮现:越来越多低龄儿童被推上镜头,成为“萌宝短剧”

的表演主力。他们或扮成熟谈情说爱,或卷入成人世界的名利纷争,看似天真可爱的表演背后,实则是儿童权益被漠视、身心发展被透支的现实。从未成年人保护的视角看,绝不能让儿童成为短剧侵权的“主角”。

儿童不是流量工具,更不是盈利的“摇钱树”。为了制造戏剧冲突、博取眼球,制作方诱导儿童模仿成人言行,谈论超越其认知的情感与名利话题。这些内容不仅不符合儿童的心理发展阶段,更可能造成现实与虚构的混淆。

更值得警惕的是,当前短剧行业对儿童演员的保护,尚处监管空白。尽管国家广电总局2019年出台《未成年人节目管理规定》,明确要求未成年人参与节目应符合其年龄特征,不得诱导其谈论情爱、名利等话题,但这一规定主要针对传统广播电视节目,对新兴的网络微短剧缺乏约束力。于是,一些制作方钻政策空子,在“萌宝”“亲子”等温情标签下,包装充满成人化、商业化甚至低俗化倾向的内容,将儿童置于“被消费”的境地。监护人出于经

济利益或“网红梦”的驱动,也成为儿童“被消费”的“推手”,这本质上是对儿童主体性的剥夺。

儿童不是父母的附属品,也不应是流量经济的牺牲品。应尽快完善网络视听内容的未成年人保护机制,明确禁止低龄儿童参演含有成人化、商业化倾向的短剧,建立儿童演员拍摄备案与心理评估制度,同时加强对监护人和制作方的责任约束。平台也应承担起内容审核的主体责任,对违规使用儿童演员的短剧及时下架、追责。



◇李万友

## 本科学历不配双休? HR说了不算法律说了算

“本科学历还想找双休,黑名单!”近日,有网友在某招聘平台求职时,因提出“没有双休不太能接受”,遭到中国人寿一位人事工作人员如此回复。1月20日,中国人寿工作人员称,已将此事反馈给有关部门。目前,招聘平台已对涉事账号作出警告处置。

《国务院关于职工工作时间的规定》明确,国家机关和事业单位实行统一双休日,企业可根据实际生产经营情况灵活安排周休息日。《劳动法》也明确,用人单

位应保证劳动者每周至少休息一日,特殊行业经审批可实行综合计算工时工作制。

由此可见,法律法规对双休没有学历限制,不论学历高低,都一视同仁。求职者表达“不接受没有双休”,显然是合理诉求,涉事HR竟然如此傲慢地嘲讽与威胁,不仅刺痛了求职者的心,也有损企业形象。

当事求职者有权要求其公开道歉,赔偿一定的精神损失。招聘平台已对涉事账号作出警告处置后,企业也应依法依规对涉事

HR进行处理。

说到底,本科学历配不配双休,HR说了不算,企业说了也不算,法律说了算。

招聘是双向选择,企业选人,求职者同样在选企业。工作岗位虽然是企业设置的,但并不意味着是施舍,而是企业与劳动者之间平等的价值交换。一方面,企业设置岗位,是自身发展需求;另一方面,求职者应聘,既是为了实现自身价值,也是为企业做贡献,绝非伸手讨要“饭碗”。

遗憾的是,现实中总有一些企业抱着“施舍者”的傲慢心态。招聘时,把“给你一个工作机会”挂在嘴边,仿佛求职者能入职是天大的荣幸,无视劳动者的合法权益和尊严。殊不知,在人才竞争日益激烈的当下,真正稀缺的不是求职者,而是能为企业创造价值的人。

讽刺求职者本科生不配双休的企业,需要补一堂法律课,更应向尊重劳动者的企业学习。毕竟,没有人情味的企业留不住真正的人才。



◇张国栋

## 别让低价体验课异化为“套路课”

记者调查发现,一次充满期待的体验课可能“换来”骚扰营销电话、对课程质量的失望,甚至可能陷入费用纠纷。当消费者试图维护自身权益时,可能面临维权成本不低的“拉锯”战。(1月22日《法治日报》)

低价体验课是在商家和消费者之间搭建一座双向奔赴的桥梁,在尽可能降低消费者试错成本的同时,为商家展示服务内容、推动品牌宣传提供了途径。近年来,低价体验课受到消费者欢迎,年轻一代也开始在闲暇时间涌向商场、俱乐部和工作室,赶着上低价体验课。这些低价课对于消费者来说,不仅降低了体验成本,还丰富了现实生活。

然而现实中部分商家为追求流量,忽视内容质量,让体验课名不副实,第三方投诉平台上,超万条投诉聚焦“缩水服务”“强制推销”“虚假宣传”等问题。这些乱象,既伤害了消费者信任,

扰乱了市场秩序,也在一定程度上,让本应作为展示教学质量、搭建信任窗口的低价体验课异化为“套路课”。

不能让低价体验课异化为“套路课”,商家应摒弃短视思维,以质量和服务为核心,让低价体验课回归价值,满足消费者需求。在课程内容质量和水平方面下功夫,提供言之有物的课程内容,营造轻松愉悦的体验环境,满足消费者的期望值,激发消费者的“深造”兴趣,变“流量”为“留量”。

平台应履行审查义务,上架相关内容时,提前审查商家教培资质,同时完善评价机制,通过开通举报渠道等方式堵住“刷好评”的漏洞,让评价回归真实,保障消费者的知情权和选择权。

消费者也应保持理性,挑选真正有价值、有质量的体验课程,从中发掘自身兴趣爱好,确保时间和金钱得到合理的回报。