问政九江

为老百姓解决民生实事

扫码提供线索 邀你码上问政

融媒 新媒体中心 出品

“问政九江”由九江市“五型”政府建设领导小组办公室主办，九江日报社（九江新闻网）承办，旨在扩大社会参与、加强社会监督、畅通诉求渠道、创新督办方式，深入推进九江市“五型”政府建设。“问政九江”依托九江新闻网旗下九江论坛为基础，通过“互联网+政府+媒体”模式，搭建群众和政府之间知晓民情、吸纳民意、解决民忧的桥梁和纽带。

报料热线：0792-8559171

我为九江发展建言献策

建议九江新增汽车站、火车站往返城西港方向公交线路

【网友“蕭林@曹森”】随着城西港区的不断发展，城西港区的人口也在逐渐增多，出行需求日益迫切。目前，该区域公交出行是一个令人困扰的问题。城西港区虽然有沿九瑞大道的公交线路，但去往火车站或者汽车站还需要兜兜转转绕行一个多小时，对于出行多有不便。建议九江新增汽车站、火车站、十里转盘、老马渡、联通大楼、赛城湖公园、城西港安置小区方向的往返公交线路。这样一来，既方便了长虹大道沿线人口出入经开区，也有效拉动了九江市中心城区和城西港区的人口流动。

建议九江经开区在临水区域开发一些水上娱乐项目

【网友“大大护身”】九江是一个水资源十分丰富的城市，水为九江带来了美感，带来了活力，同时也为老百姓的休闲娱乐生活带来了许多乐趣。九江经开区也有许多临水区域，但是水上休闲娱乐项目少，还得去远处的八里湖海韵沙滩。因此，建议九江经开区能够合理开发一些水上休闲娱乐项目，丰富居民的休闲娱乐生活。

问政回音壁

九江出租车加气难

九江深燃天然气公司回复：目前，九江城区拥有CNG加气车1660多辆，日需求气量3.3万方以上。随着用气汽车使用量加大，九江当前投用的CNG(压缩天然气)加气站不能满足社会需求。为此，我们公司也正在积极筹建九江市第三座CNG加气站，选址在长虹东路，目前正在开展前期的手续办理，待手续完成，我们将尽快开展建设，保证项目尽快投产，为广大用户加气提供方便。同时，呼吁广大用户，在当前加气排队时间比较长的情况下，通过使用汽油作为燃料，或者到临近的小池镇加气站加气，以缓解当前的加气难的问题。

八里湖新区今年是否有归雁计划?

八里湖新区“五型”办回复：为全面贯彻落实九江市委、市政府关于人才政策系列文件精神，八里湖新区出台了有关人才政策，其中就安排高层次人才配偶工作有明确政策：“对在九江工作的省部级杰出及以上人才和全职引进的全日制博士，配偶属机关事业单位的，按属地原则可申请同级‘对口’安置；配偶无工作且无固定收入的，三年内每人每月按当年江西省城镇居民最低生活保障标准发放生活补贴”。如符合相关条件，可向八里湖新区人才办申请。

万达金街公共车位被私自安装车位锁

濂溪区“五型”办回复：经核实，八里坡社区联合执法部门、物业已将万达金街私自安装的地锁拆除。

看完整回复内容请下载九江论坛APP关注问政九江栏目

今日关注

消费升级传递中国信心

■周人杰

面对消费升级的大趋势和国民消费的深厚潜力，我们有底气、有信心、有能力“保持经济运行在合理区间，力争实现最好结果”

顺应消费提质升级趋势、更好满足群众美好生活需要，成为经济社会发展坚持以人民为中心的一个鲜明特征。要把促进消费提质升级转化为推动高质量发展的充沛动能和服务人民美好生活的生动实践

不久前落幕的第二届中国国际消费品博览会，共有来自61个国家和地区的近2000家企业、2800多个知名品牌参展，总进场观众超过28万人次，各类采购商和专业观众数量超过4万人。展品中，有针对中国消费者爱喝白开水习惯首创的熟水机，3秒内能将开水冷却至40摄氏度；有具备人工智能监测功能的减压养身椅，只需30秒就能测算出身体紧张度，进而量身定制按摩程序；有搭载X光机、B超机等设备的数字移动诊断车，可将体检服务送至乡村、厂矿……琳琅满目、新奇多样的展品，传递出中国消费市场提质升级的明确信号，折射出中国经济社会发展的澎湃动能。

消费是最终需求，直接关系大国经济的韧性。2021年最终消费支出对经济增长贡献率达到65.4%，消费品进口额达到1.7万亿元，分别比2012年提升10个百分点、增长了1倍以上，发挥出了基础性作用，堪称经济平稳运行的“稳定器”“压舱石”。今年以来，经济社会发展取得新成绩，6月社会消费品零售总额38742亿元，同比增长3.1%，发挥出了对经济循环的牵引带动作用，为稳住宏观大盘奠定了底气、树立了信心。见微知著，消费提质升级的大趋势没有变也不会变；察势知来，消费助力巩固经济回升向好趋势的动能更加强劲。面对消费升级的大趋势和国民消费的深厚潜力，我们有底气、有信心、有能力“保持经济运行在合理区间，力争实现最好结果”。

7月底召开的中共中央政治局会议在分析研究当前经济形势和经济工作时强调：“宏观政策要在扩大需求上积极作为。”今年上半年，从减征部分乘用车车辆购置税、调整954项进口商品关税、加大政府采购支持中小企业力度，到暂缓房贷还款、增加1589亿元居民消费贷款，财政政策与货币政策在保持物价稳定的同时，共同助力了市场销售改善、生活水平提高。实施扩大内需战略，促进消费进一步提质升级，各方面政策仍要加强系统集成，有效弥补社会需求不足，增强发展内生动力。展望前路，“中国号”巨轮要乘风破浪、通江达海，必须加快构建新发展格局，不断激发市场活力、增强发展动力、释放内需潜力。

一段时间以来，为更好满足多元化消费需求，培育中高端消费新增长点，各地区各部门纷纷出台了刺激措施：在海南，符合标准的商品品牌举办首发、首秀、首展，每场活动最高支持30万元；在浙江，线上和线下陆续推出暑期乡村休闲、亲子研学等旅游项目；在山东济南，以发放现金券和满减券的形式促进体育消费；在陕西西安，鼓励和支持以休闲体验为主题元素的露天集市等新模式发展壮大；有关部门优化调整跨境电商零售进口商品清单，增加滑雪用品、家用洗碟机等29项需求旺盛的产品；等等。这些举措，在为经济企稳向好增添动能的同时，也极大丰富了群众日常生活选择。顺应消费提质升级趋势、更好满足群众美好生活需要，成为经济社会发展坚持以人民为中心的一个鲜明特征。

参加第二届消博会开幕式的一位外国嘉宾感慨，中国市场规模背后的数字令人震惊，这个庞大的市场为全球企业提供了巨大的机会。与各国共享中国市场机遇，为世界提供更多优质消费品，更好造福各国人民，都需要用好消费这个重要引擎。面对新形势新任务，要把促进消费提质升级转化为推动高质量发展的充沛动能和服务人民美好生活的生动实践。在扩大有效需求上协同发力、远近兼顾、综合施策，一定能助力我国宏观经济“稳”的基础更牢固、“进”的动能更充沛，不断迈上高质量发展的新台阶。（《人民日报》）

博物馆要做好文化育人大文章

■梁 红

今年暑期，许多博物馆开展了丰富多彩的活动，吸引孩子们走近历史、感受文化、体悟精神。“双减”背景下的第二个暑假，博物馆为青少年公共教育提供了优质的场所和平台，充分体现了博物馆在收藏、展示功能之外，作为社会文化教育机构的重要作用。

博物馆是保护和传承人类文明的重要场所，是连接过去、现在、未来的桥梁。习近平总书记高度重视博物馆工作，强调“一个博物院就是一所大学校”，指出“搞历史博物展览，为的是见证历史、以史鉴今、启迪后人”，要求“让更多文物和文化遗产活起来”。博物馆社会教育活动，建立在馆藏文物、标本等基础上，并按一定的形式分不同主题开展，具有鲜明、直观的特点，有着很强的吸引力。博物馆应当主动而为，做好文化育人这篇大文章。

文化育人要做出特色。2021年，我国备案博物馆总数达6183家，排名全球前列。很多博物馆都有自己的主题、特色，其专门馆藏是做好社会教育的宝贵资源。在传统文化、美育启蒙、科普教育等常态活动基础上，各个博物馆可以设计出各具特色的社会教育内容。中国妇女儿童博物馆是以妇女儿童为主题的博物馆，以服务大局、服务社会、服务妇女儿童和家庭为主旨，相关社会教育活动集中在爱国主义、家庭亲子、传统文化、特殊群体关注等主题，开发了《成长之约》系列动漫以及民族精神大讲堂、家庭亲子科普周等多个品牌活动。实践证明，只有把握好自身特点，把社会教育活动与博物馆特色、主题结合起来，才能起到事半功倍的效果。

文化育人要做好创新。大数据、人工智能、云计算、5G、虚拟现实、区块链……新一代数字技术的发展，为博物馆社会教育工作打开了新的想象空间。在虚拟现实中营造高沉浸感的学习场景，在“数字教师”的导引下进行一对一的互动，利用大数据分析社会教育过程和效果并不断进行优化……乘着数字化、智能化的“东风”，博物馆社会教育工作可以突破时间空间的限制，拓宽文化触达观众的途径，更好地激活文物中蕴藏的历史密码、文化信息、精神基因。当博物馆的展品和科技深度融合，社会教育工作就拥有了前所未有的吸引力、感染力。

文化育人要做成长效。博物馆作为公益机构、文化机构，做社会教育不是一阵子的事，而应该是贯穿博物馆发展始终的使命。这也进一步要求，博物馆社会教育工作要找到抓手、形成载体，追求长期效果。中国妇女儿童博物馆重点聚焦家庭文明建设，弘扬中华民族家庭美德，打造博物馆“亲子+”家庭活动品牌。进行“家风故事汇”展演，出版图书《我的家风第一课》，创编“我爱我家”全国家庭情景剧……融合展览、演艺、图书、音频、动画的“家风”产品，累计受众超3亿人次。我们在探索中发现，锚定一个主题进行深度开掘，博物馆社会教育工作才能更好打造品牌，产生广泛、持久、深入的影响力。

发挥好博物馆这所大学校的作用，是文化惠民的初心体现，也是文化育人的使命所在。让更多人与优质文化资源相遇，让传统文化更好地浸润当代生活，博物馆必将在文化长河、时代脉动中保持不断向上的强大生命力。（《人民日报》）

画中有话

稳民生 保交楼

日前，记者从住房和城乡建设部了解到，住房和城乡建设部、财政部、人民银行等有关部门近日出台措施，完善政策工具箱，通过政策性银行专项借款方式支持已售逾期难交付住宅项目建设交付。（新华社发 **徐 骏** 作）

“刷短视频点外卖”展现促消费恢复更大可能

■郭海英

近日，饿了么和抖音宣布达成合作，共同探索本地生活服务的新场景升级。据了解，饿了么将基于抖音小程序的场景和技术能力，将平台上的数百万商家资源对接到抖音的6亿日活流量池中，共同对用户提供从内容种草、在线点单到即时配送的本地生活服务。专家认为，两家平台优势能力的结合，将在视频化时代带来“即看、即点、即达”的本地生活新体验。

一个是餐饮外卖平台，提供餐饮外卖服务上具有强大的优势，一个是短视频平台，拥有海量的用户资源和流量优势，两个不同行业的头部平台达成合作，简单说就是消费者可以在抖音上直接点外卖了，刷视频看到想吃的随时可以下单，很快就有饿了么蓝骑士把餐食送上门。对消费者来说，在短视频平台上可以点外卖，避免了以往“短视频上看到好吃的但吃不着”的尴尬，对外卖平台和短视频平台来说，跨界合作不但拓展、创新了平台经济发展模式，而且从一个侧面凸显了常态化疫情防控条件下平台协作助力消费恢复和商家发展的社会价值。

今年以来，新冠疫情在我国多地散发，且在一些地方出现不同程度的“拉锯”，给消费恢复和经济增长造成不小的影响。国家统计局发布最新数据显示，7月份，社会消费品零售总额35870亿元，同比增长2.7%，但餐饮收入3694亿元，下降1.5%，1-7月份餐饮收入更是下降6.8%。今年4月份数据显示，当月餐饮收入2609亿元，同比下降22.7%，创下了2020年5月份以来的最大降幅。餐饮是社会消费中最活跃、最有代表性的行业之一，目前餐饮业进一步释放潜力加快恢复也面临着突出的困难和压力，亟需通过消费业态和模式创新拓宽发展路径。

去年12月，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》，其中提出建设数字化消费新场景，推广智能导流、虚实交互体验、非接触式服务等应用，提升场景消费体验。今年4月，国务院办公厅发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，其中提出，适应常态化疫情防控需要，促进新型消费，加快线上线下消费有机融合，培育壮大智慧零售、智慧旅游、“互联网+医疗健康”等消费新业态，加强商业、文旅、体育等消费跨界融合，积极拓展沉浸式、体验式、互动式消费新场景。

在此政策背景下，外卖平台和短视频平台开展合作，打造“刷短视频点外卖”的消费新模式、新场景，既是统筹疫情防控和促进消费恢复的内在需要，也是建设数字化消费新场景和推动餐饮商家数字化升级的机遇所在。通过合作，短视频平台数亿日活用户的即时外卖需求，将在外卖平台获得满足的可能，加上与之匹配的平台即时配送能力，有望在需求侧释放出巨大的新空间；本地商家从线下到线上，是服务半径的扩大，是生产力进一步解放和营收进一步增长。

开放、共享是数字经济和平台经济的本质特征之一。国家明确要求，推动平台企业间合作，构建兼容开放的生态圈，培育平台经济发展新动能。平台企业应坚持公平竞争、包容发展、开放创新，依法依规有序推进生态开放，并向中小企业开放和共享资源。外卖平台和短视频平台开展合作，充分体现了平台经济开放、共享的思维，展现了常态化疫情防控条件下以开放发展促进消费恢复的更大可能。（《北京青年报》）