

□王瑞琳

今天，是农历七月初七——七夕节。

七夕，一个中华传统节日，她孕育灿烂历史，也携带鲜活生机。

时光倒流千载，“家家乞巧望秋月，穿尽红丝几万条”，古时女子身着彩衣、穿针乞巧的情影，犹在灯火阑珊处浮跃；目光聚焦当下，“金风玉露一相逢，便胜却人间无数”，爱情是七夕节最突出的意涵，人们乐于在今天过一个中式情人节。浪漫的味道，早早便在城市的街头巷尾酝酿生发。

节日，从不是一成不变的，过节，也不必墨守成规。

在没有网络和手机的岁月，人们设置种种节日来定位节令，于是，五月初五、七月初七、九月初九等等，成为了文化日历上“大写”的日子。人们对生活的热爱，催生出生不同的节日，演变为不同的庆祝方式。在节日中，人的感受和行动，始终占据着中心。

节日，为人服务，为生活服务。古人可以用古人的方式在七夕乞巧，今人可以用今人的态度在七夕相爱。

对于七夕，有人期待已久，希望在今天和伴侣一起温习爱，加深爱；有人平和以待，拒绝消费主义，他们相信，只要有爱，每天都是情人节……

节日的模样，千变万化；节日的韵味，因人而异。而七夕的情感内核，一如既往。七夕在今天，可以是一场消费热浪，可以是一次文化活动。无论如何，七夕佳节，仍在一年一度地提醒着人们，爱是有多么美好的情感，生活是多么值得用心以待。

当然，对于一个流传千年的传统节日，仍有一些共识值得凝聚。当今世界，多元文化碰撞融合，守护传统文化特色，捍卫独特文化符号，才能守住我们的根和魂，坚定文化自信。

比如，当我们过七夕，我们就不能只过一个情人节，而要年年如今日地告诉人们，这个节日蕴含着怎样的东方气息，走过一条怎样的历史来路。而你我，享受节日之余，也一定要记得，七夕、端午、清明、重阳等等节日，是民族特色的瑰宝，是精神信仰的摇篮，是文化自信的活水。我们认真过节日，更铭记并传唱节日的故事。

传说中，牛郎和织女在七夕踏过鹊桥相逢，若今夜晴朗，能看见两颗星星彼此靠拢。七夕，愿天下有情人共绘节日的曼妙，也愿爱意，仍能在古意中自在栖息。

# 从招商“一张牌”读懂渝西一体化

巴渝论坛

□张燕

最近，渝西地区开了一场发布会，宣布试点“五个一体化”推进招商工作。简单来说，就是要渝西八区共打“一张牌”，在各个方面先行先试，形成招商合力，积累经验后向全市推广。渝西一体化，事关重庆西扩、成都东进，事关成渝中部崛起，事关双城经济圈建设成效。江津、合川、永川、大足、璧山、铜梁、潼南、荣昌……八个区，禀赋不同、优势各异，却奔向同一个目标：打造成渝地区双城经济圈建设先行区。这，是渝西一体化的战略背景，也是政策利好。

先行就要先试。如何找准“试”的切入点？不妨从问题出发，变被动为主动。

一体化，最怕各自为政、无序竞争。你干你的，我做我的，长此以往，你争我抢，就会形成恶性竞争，陷入“低水平重复建设”的怪圈。钱花了，人用了，项目上了，却有可能热闹之后，事倍功半。

解决这个问题，需要从整体入手，把“一盘棋”思维、“一体化”思路根植在顶层设计中，融入到项目规划中、落实到招商引资中，把渝西八区当作一个整体来谋划和推进。而招商“一张牌”，正是渝西一体化的制度探索和实践创新。

这一次，渝西地区试点全流程一体化，整体推进招商引资工作，绘制《渝西地区协同招商产业图谱》，常态化动态发布投资机会清单，把渝西地区“一体推广”“打包推介”，让大家美

美与共；再通过产业、项目、政策等反哺具体的区，来实现美美与共。

在渝西一体化的赛道上，产业是关键。今年4月份，《渝西地区智能网联新能源汽车零部件产业发展倍增行动计划(2023-2027年)》出炉，提出渝西地区是重庆市智能网联新能源汽车零部件产业发展的“顶梁柱”。一个月前，重庆发布《渝西跨越计划》，提出到2027年，规模以上工业营收达到1.4万亿元以上。对于渝西地区来说，这样的窗口机会很宝贵，必须只争朝夕。

为了让渝西“顶得住”“扛得起”，这次“五个一体化”前提的就是“产业布局一体化”，围绕重庆“33618”现代制造业集群体系，梳理重点产业链图谱，强链、补链、延链，塑造产业集群化的整体竞争优势。其中，智能网联新能源汽车零部件产业就是重中之重。

有人会说，大家都“造车”，会不会同质化？这样的思考模式，是对汽车产业链缺乏全面、系统的认知。一辆新能源汽车，需要配备超过2万个零件，类别之多、分工之细，远超想象。渝西各个区完全可以在产业链的不同环节，发挥自身优势，实现相向而行。比如，江津区优先发展电驱、电转向、智能座舱等；大足区侧重发展智能驾驶、底盘、车身等；潼南区聚焦发展动力电池(材料)、智能车控、内外饰……错位互补，协同发展，最终利好的将是整个重庆的智能网联新能源汽车产业。

谋区域发展，大家都有一个共识：握指成拳比单打独斗更有力、更高效。坚持“一体化”，把渝西八区变为利益共同体，在政策协同、招商联动、有序竞争、提质增效等方面持续发力，渝西崛起指日可待！

# 网购商品“缩水”是新型消费欺诈

热点评析

□冯海宁

近日，有记者了解到，不少消费者在网店购物、直播购物中遇到了货不对板的情况——商家卖力地宣传某件商品，反复强调优惠力度大，如“买一送一”“100元10件”等，而购买到货后却发现，数量对得上，但商品规格、净含量与商家展示的不同，尺寸、重量都“缩水”了。

网购时代，消费者只能通过网上图片、视频、文字来判断商品规格，这就给了商家欺瞒消费者的机会。通过钻空子，商家把商品吹得“天花乱坠”来促销，又通过缩小规格来节省生产成本，从中获得“欺诈性利润”。对于买到了“缩水”商品的消费者来说，商家展示的是“成人版”，发的是“婴儿版”，实在可气。

在这其中，令人遗憾的还有平台监管的缺位。一些电商平台在前期未落实好对商家资质的审查义务，后期又存在“甩锅”商家、让消费者自行沟通维权的问题，致使消费者维权

难度加大，苦不堪言。而当消费者试图维权时，商家又以“当前没有人工客服”为由拖延时间，不及时为消费者提供售后服务。

事实上，网购商品“缩水”，已涉嫌违反有关法律法规。消费者权益保护法规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。产品质量法规定，产品或者其包装上的标识必须真实，需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料。广告法明确规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。从法律角度来看，网购商品“缩水”是一种新型消费欺诈。

这样的欺瞒，损害消费者权益，相关商家和平台必将遭到“差评”的反噬，以及法律的严惩。

对待网购商品“缩水”的欺瞒行为，决不能纵容。除了消费者要积极维权外，平台方可以采取不定期抽查等举措，及时发现商家不良行为，并依照平台规则进行处置，保障电商平台经营秩序。这，也是维护平台信誉和形象的应有之举。相关部门则要紧跟此类新型欺瞒，以消费者投诉、媒体报道为线索，严肃查处侵害消费者权益、损害市场秩序的涉事平台和商家，把商品“缩水”的部分给填回去。



当前，从国家到地方，都把恢复和扩大消费作为一项促进经济社会发展的重要工作来抓，并为此不断出台相关激励政策。要让消费

持续恢复扩大，必须及时将消费欺诈这一类短板补上，让消费者有安全感、愿意消费、敢于消费，从而进一步释放消费潜力。

## 美丽重庆建设

大美重庆，美在大山大水的雄伟，也美在市民家门口小品的灵秀。

如何高水平建设美丽重庆，让生活之美惠及每一个人？迭代升级治水、治气、治土、治废、治塑、治山、治岸、治城、治乡等生态环境治理体系，为重庆“美丽计划”提出了方向指引。

近年来，大渡口区坚持生态优先、绿色发展，全面推进矿山生态修复，经过持续治理，将因为开采而造成生态环境脆弱的中梁山，重新披上“绿衣”，蹚出一条治山的新路子。

### 增绿

#### 矿山秃岭绣成林海

从前，大渡口区开采矿种以石灰岩、砂岩为主，主要分布在跳磴镇中梁山片区新合村、拱桥村和蜂窝坝村。曾经的开采一时助推了当地经

济社会发展，但遗留的问题也随之而来：矿山开采后，大大小小数十个裸露矿坑未得到及时治理修复，地质灾害安全隐患未能消除。

如何助推矿山生态修复？近年来，大渡口区以中梁山片区为重点，积极实施全区矿山生态修复，探索矿山地质环境治理恢复与土地复垦、种植经济作物、发展观光采摘农业等绿色产业融合发展的可持续道路，实现“废弃矿山”变“绿水青山”“金山银山”。

与此同时，该区还成立区级关闭矿山地质环境治理恢复工作组，举全区之力，部门协同配合，共同监管，制定相关文件，为推进全区关闭矿山生态修复打下坚实基础，建立

长效机制。

“在新合村，对关停矿山开展生态修复，回填治理，并积极植树复绿，在复绿地上种植了3万余株果苗和2000余株观赏苗木。”跳磴镇相关负责人介绍，在进行生态修复之后，曾经满目疮痍的矿山，土壤重构、植被恢复，昔日尘土飞扬的景象一去不复返，期盼的绿水青山回来了。

### 增彩

#### 景色上新风情万种

蓝天白云、花草绚烂、帐篷天幕……这样的露营画面，成为不少游客向往的“诗和远方”。今年4月，蒲

公英成长酷玩营地正式迎客开营，吸引了不少游客前来打卡。

而该营地正是位于跳磴镇新合村六合矿区，也是重庆市首个创新型“体育+文化+旅游”综合户外运动营地。

据了解，营地功能多样，共设有球类运动场、音乐大草坪(自由露营区)、沙排运动场等八大公共娱乐区域。为了满足不同消费者的需求，除了出租帐篷、桌椅、烤盘等设备外，营地还提供餐饮服务，晚上还会推出篝火晚会、音乐会等娱乐项目。

此外，除了娱乐，“研学”也是营地大力开发的功能之一。目前营地已打造特色项目——GO玩GO成长

趣味运动课堂，依托北京体育大学青少年户外运动课程体系，由专业大学师资队伍研发“专业+趣味”户外运动课堂。

下一步，该营地还将打造二期项目，植入青少年体能培训、水上运动体验、农耕文化体验、高空轻探险项目等近20个户外运动项目，满足教育研学、生态环境需求，与农业互联互通，为区域经济发展助力。

### 增收

#### “山间地头”文旅融合

乡村让人们更向往。而矿山生态治理，也给新合村六合矿区周边村

民带来了新希望——不少村民在家里开起了农家乐、民宿，搞起了采摘。

中梁山是主城区重要的生态屏障。据悉，该区按照“共抓大保护、不搞大开发”方针，山上矿山修复完成后，项目由村企共同参与打造，当地村集体负责出地出人、完善基础设施、对上争取政策，企业负责出资金出技术、建设文体旅场地设施、负责市场运营管理。

“联营模式下，村集体经济将以租金加分红的形式获得直接收益，同时营地建设和运营解决了部分农村劳动力外流问题。”大渡口区生态环境局有关负责人介绍。

如今，漫步此地，青山绿水间，人在画中游。营地运营带来了大量乡村旅游游客流量，村民从吃“矿山饭”转变为吃“旅游饭”，大大拓宽了绿水青山转化为金山银山的通道。

以绿养山、以绿护城——一幅绝美的治山风景画卷，已逐步展现在我们眼前。陈磊 张沥文

# 忠县 淬炼“红色先锋”品牌 领航教育群星闪耀

忠县教育系统大力实施“红色先锋”工程，以“学”“树”“创”三大行动淬炼“红色先锋”品牌，领航忠县教育群星闪耀。

## 追寻红色印记 学先锋

传承红色基因，赓续红色血脉。忠县教育系统大力实施红色计划，研发红色课程，开办红色讲堂，掀起学先锋热潮。

实施红色计划，打牢先锋底色。制定《忠县教育系统党员教育培训实施方案》，推行“四讲”学先锋，即党组织书记讲方向、分管领导讲理论、中层干部讲业务、普通党员讲体会，融入党的创新理论、教育教学管理、政治业务学习等内容让红

色先锋更有范。

研发红色课程，塑造先锋本色。深入挖掘“忠”文化时代内涵，研发以忠州革命英烈、先锋榜样故事为题材的“红色资源包”，依托县内外红色教育基地，精选党员研学旅行路线，通过常态化开展党员教师行走乡村田间地头、新农村建设示范点等体验式主题党日活动，让红色先锋更有形。

值得一提的是，汝溪小学党支部通过“党徽闪亮映先锋”“赤胆忠心创先锋”“闪闪红星耀先锋”三大栏目，研发出“党旗高扬、红色堡垒、先锋在线、党员印记、童心向党”等版块大力实施红色先锋工程。

开办红色讲堂，彰显先锋特色。充分发挥片区中心校先锋模范的引领辐射带动作用，组建17个党

员教育培训基地，常年组织5个“红色讲师团”，巡回开展“先锋讲坛进校园”活动，受益党员教师累计达2000多人次。

## 传承红色基因 树先锋

弘扬红色传统，树立先锋模范。忠县教育系统从筑堡垒、强引领、树榜样三方发力，打造更多传承红色基因的时代先锋。

筑牢战斗堡垒，围绕党建阵地提升，高标准、高质量打造小学、初中、高中基层党组织先锋示范点20个，构建集红色文化、校园文化、廉洁文化等多元党建文化品牌。强化头雁引领。持续推进书记项目制，每季度督查“三个清单”落

实情况，每年开展“书记大比武”“书记大联考”“书记大走访”系列擂台赛，大力提升“一把手”先锋模范水平、办学治校水平。

树立先锋榜样。开展优秀共产党员选树活动，激扬正能量。汝溪小学党支部通过开展学习型先锋、师德类先锋、党员队伍先锋、红烛情先锋、少年先锋的选树标准宣介，大力营造争先锋、树先锋氛围。党的二十大以来，忠县13名党员教师被授予“重庆好人”“重庆市劳动模范”“重庆市最美教师”等荣誉称号。

## 凝聚红色力量 创先锋

注入“红色力量”，开启发展新程。忠县教育系统以评选活动、评

价机制为抓手，凝聚起更多先锋动能，助推教育更高质量发展。

固化先锋创建评选。结合“三会一课”制度，开展“人人讲党课”“月月有分享”等主题活动，督促党员教师持续深入地学习党的创新理论、党的二十大精神等内容，推动学习常态化、长效化，每年度常态化评选先锋班级10个、先锋教研组20个、先锋班队30个、先锋少年40名，并进行表彰。

优化激励评价机制。聚焦党建、业务“两张皮”的问题，教育工委出台《忠县教育系统学校绩效考核指导意见》，激发基层党组织创先争优。建立把优秀教师培养成党员，把党员培养成教学骨干，把优秀党员教师培养成干部的“三培养”机制，吸引积极向上的教师向党组织

靠拢。

深化党内活动开展。以争创思想先锋、行动先锋、业绩先锋为目标，大力开展理论学习竞赛、“三进三服务”“教学大比武”等活动，引导党员教师作表率、走在前，评选出“学习型党组织”“创新型党组织”“服务型党组织”共20个，评选出“教研尖兵”“师德标兵”“育人精兵”共150名，用红色先锋凝聚起潮流勇进的“红色力量”。

何霜 李佳佳 胡忠英

树党建品牌 亮教育活力  
忠县以“党建强”促“教育强”