释放“购物车”里的消费潜能

巴渝论坛

□杨耿

抓住下半年消费旺季，在促进消费政策上打好“组合拳”，在鼓起居民钱袋子上出实招，让更多人能消费、愿消费、积极消费，就能不断释放内需潜力，给企业带来更多的市场机会，给城市带来更多的发展活力

这个夏天，和重庆天气一样热的，是市民高涨的消费热情：长江三峡游轮复航的消息发布不久，船位就被订购一空；电影院复工的首个周末，近10万人走进影院观影；南岸区金辉铜元道数字夜市街区开市，江湖菜门口排起了长队……火热的场景背后，是之前被疫情抑制、冻结的消费需求正在有序释放出来。这份持续升温的消费热度里，传递着人们对经济向好的信心。

消费者的“购物车”里，装着经济增长的持久动力。尽管当前市场显现回暖势头，但疫情尚未完全结束，经济形势依然复杂严峻，存在诸多不确定性，消费回补仍显乏力。在危机中育新机、于变局中开新局，就要加快培育消费市场新的增长点。只有加快促进消费回补和潜力释放，才能更有效地克服疫情影响、提振市场信心、稳定经济增长。

突如其来的新冠肺炎疫情，给消费带来了严重冲击，文旅消费更是遭遇前所未有的“寒冬”。疫情防控形势的好转，让文旅行业等来了期盼已久的利好消息：景区限流上调至50%、跨省团队旅游有条件开放、电影院开门迎客。为加速消费回暖，重庆顺势而为，出台一系列创新举措：前不久启动的“双晒”第二季，把旅游精品和文创产品进一步推向市场，吸引各方游客来重庆“行千里、致广大”；为期3个月的2020不夜重庆生活节拉开帷幕，全市上万家商户、多家互联网平台将联手送促销福利，150多场夜生活特色主题活动持续在各区县开展，让市民可玩、可看、可吃、可购。抓住这些活动带来的市场机遇，把人气聚集起来，把消费提振起来，才能最大限度把损失补回来。

危和机总是同生并存。疫情虽然给传统消费带来严重影响，但却有力推动了直播带货、数字内容、零接触配送等消费新产业新业态新模式的逆势上扬。线上新型消费的崛起，成为上半年重庆消费市场的一抹亮色，也为培育消费新增长点拓展了空间。顺应这一趋势，善用大数据智能化手段，推动消费迭代升级，打造更加丰富多元的智能消费新场景，才能保持线上消费热度不减。对于企业来说，除了要加快线上线下同频共振、融合发展，还应在黏住顾客上多动脑筋，以更好的商品和服务，满足顾客个性化、多样化、品质化的消费需求。

释放“购物车”里的消费潜能，促进消费扩容提质，归根结底要靠提高居民收入水平，让老百姓兜里有更多的钱。经济社会“重启”以来，重庆多个区县发布消费券政策，初衷正是要发挥消费券的杠杆作用，激发消费热情、扩大消费市场。实践表明，消费券政策有效提振了居民消费的信心，在促进经济恢复中发挥了重要作用。这也启示我们，抓住下半年消费旺季，在促进消费政策上打好“组合拳”，在鼓起居民钱袋子上出实招，让更多人能消费、愿消费、积极消费，就能不断释放内需潜力，给企业带来更多的市场机会，给城市带来更多的发展活力。

思享者

投资多一些“效果意识”

□朱一炳

在拉动经济增长的“三驾马车”里，与消费和出口相比，投资的乘数效应大，受疫情因素制约更少，拉动作用更明显。今年上半年，重庆固定资产投资同比增长0.2%，一批大项目好项目相继落地，为经济增速由负转正提供了有力支撑。完成全年目标任务，稳增长的担子仍然很重，迫切需要发挥好有效投资的关键作用。

经济转向高质量发展阶段，扩大有效投资，不是要搞“大水漫灌”式强刺激，重走过度依赖投资的老路，而是要理性地从重庆实际出发，把钱投向对全局和长远有重要支撑意义的项目，投向更好满足人民群众美好生活需要的项目。要做到这一点，抓投资时不妨多一些“效果意识”。

投资的“效果意识”，首先体现在投资方向的选择上。把投资重点放在“两新一重”建设上，才能为危机中育新机、变局中开新局提供更多支撑点。重庆正在推动数字经济与实体经济融合发展，抓好新基建，短期可以稳投资、稳增长，长远看可以激发新需求，引领实体经济转型升级。促进“一区两群”协调发展，需要加快补齐交通、水利、环保和城镇老旧小区改造、社区服务等领域的短板。这些薄弱环节，恰恰是内需潜力所在，理应成为加大投资的着力点。聚焦重点、精准发力，在有所为的领域尽力而为，才能让投资产生预期的效果。

多一些“效果意识”，提高投资的质量和效益，意味着要把有限的资金花在刀刃上，让每一分钱产生最好的收益。无论是“新基建”，还是“铁公基”，这些基础设施建设普遍投资强度较大、回报周期偏长。避免盲目举债搞建设，就要创新投融资体制，发挥好政府资金“四两拨千斤”的作用，撬动更多社会资金投入到建设中来。

对政府来说，在促进有效投资上展现作为，还体现在打造更具吸引力的投资环境上。在各地都设法吸引高质量投资的当下，招来好项目的条件不再是单纯依靠政策优惠和让利，而是要转变到更多依靠法治化、国际化、便利化的营商环境和制度政策环境上来。只有不断深化“放管服”改革，持续降低制度性交易成本，提供更加优质高效的服务，稳住企业家的信心和预期，才能使投资环境更有竞争力、更加受企业青睐。

评价投资的质量好不好，最终要看带来的实际收益、带动的发展效应。提高投资的有效性，关键是让更多城乡基础设施投资形成优质资产，让产业项目投资形成实体企业，让民生项目投资形成消费潜力。在明确这一点的前提下，加快项目建设进度，加大项目谋划储备，在抓细抓实上做文章，好项目的滚动发展必将形成更多新的增长点，推动重庆经济行稳致远。

“全脑开发”贩卖的是教育焦虑

□何勇海

“你的孩子与天才的距离，只差一套潜能开发方案”“只需两天时间，就能获得‘超感知力’”“让你的孩子实现‘蒙眼识字’‘闪电阅读’‘过目不忘’”……据新华每日电讯报道，一种打着“全脑开发”旗号的培训班，陆续在暑假来临前后恢复营业。培训方声称，其课程基于量子力学理论，能让孩子“蒙眼识字、过目不忘”。因此，尽管收费动辄上万，这类培训班仍受到众多家长追捧。

针对孩子们开展的所谓“超能力”培训，这些年经常被媒体曝光，公众早已见怪不怪：“超感心像力”课程，号称能提升孩子们的专注力，使其蒙着眼睛也能辨别物体颜色；“脑屏成像”课程，号称能增强孩子们的记忆力，让他们对任何文章过目不忘……而“全脑开发”培训吹嘘的效果，恐怕就是上述“超能力”的集大成吧。

网上有个讨论：世上到底有没有“超能力”？有人认为，所谓的“超能力”只是一种不确定的潜能，并非神乎其神，有的人能被激发出这种潜能，有的人却始终不能，而且这种超越于常人的潜能，是不能通过培训进行复制的。央视曾曝光一次关于“超能力”的培训，新闻画面上，接受测试的一名女孩用蓝布蒙着双眼，却能通过闻纸牌、摸纸牌等，准确说出记者手中纸牌的颜色和数字，另一名蒙眼男孩甚至能逐字念出书上的内容。事实真相却是，这些“奇迹”是通过偷看等作弊手段实现的。

说穿了，“全脑开发”之类的培训，总是用玄之又玄的科技名词忽悠家长，更“高明”一点的，就将其培训与某些前沿科技扯上关系。培训机构深知，在他们的宣传攻势下，打败众多家长的，不是花里胡哨的科技名词，而是家长们的教育焦虑——“全脑开发”之所以有市场，本质上源于家长的望子成龙心切。培训机构通过刺激家长的焦虑，宣传培训奇迹，让一些家长忍不住掏出钱报了名。要让这类培训绝迹，就要提高家长的科学素养，让他们从教育焦虑中走出来，保持教育理性，不急功近利，别总想着把孩子培养成“神童”。

家长们应认识到，自然绽放的花朵才是最健康美丽的，适合孩子的教育才是最好的教育。只要孩子善良正直、有理想有干劲，都能绽放属于自己的光彩。

用小餐桌带动大文明

漫画/乔宇

众议

编者按

“餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！”近日，习近平总书记作出重要指示，强调坚决制止餐饮浪费行为，切实培养节约习惯，在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围。今天，我们摘编了几篇读者来稿，一起探讨如何以有效举措治理餐饮浪费行为，用小餐桌带动大文明。

制止浪费的托底之策

□张全林

破除讲排场、比阔气等陋习，念好“浪费可耻”的紧箍咒，改变“自己掏钱、丰俭由我”的错误观念，除了教育倡导之外，还需要强化制度约束。加强立法，强化监管，才是制止餐饮浪费的长效保障。

以刚性的制度约束、严格的制度执行、强有力的监督检查、严厉的惩戒机制，遏制浪费行为，效果才会更明显。通过立法，从源头上着手，建立起不敢、不能、不想浪费的长效机制，包括建立节俭用餐激励机制、铺张浪费惩戒机制、节俭消费监督机制等，把浪费关进制度的笼子里，就能在全社会涵养节俭的氛围。

我国现行法律中虽然有一些关于制止浪费行为的原则和要求，但都比较分散，缺乏系统性、针对性。完善立法，应制定专门的法律法规，作出全面细致的规定，为执法和监督提供充分的依据。反浪费立法，应确立“公款浪费入罪、私人浪费罚款”的基本原则，对公款浪费要严格追究法律责任，对普通消费者的浪费行为，宜采取罚款的方式。从制度上遏制铺张浪费，形成不敢浪费的惩戒机制，才是制止浪费的托底之策。

党员干部要带好头

□翁雪琴

“其身正，不令而行；其身不正，虽令不从”。在制止餐饮浪费行为这个问题上，尤其需要广大党员干部以身作则、率先垂范，带好头打好样，让浪费可耻节约为荣在全社会蔚然成风。

从落实中央八项规定精神，到持之以恒纠正“四风”，实践证明，只要党员干部带头作表率，发挥“头雁效应”，效果就会事半功倍。制止餐饮浪费是一项系统工程，需要社会各方形成合力，包括政策宣传、政府机关人员的带头、行业协会的提倡推动、餐饮企业的有效参与、消费者的实际行动等等，紧密相连、环环相扣。党员干部的示范引导，是其中不可忽略的重要环节。

“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰。”制止餐饮浪费行为，光讲大道理是行不通的，说一千遍不如以身作则行动一次。告别“舌尖上的浪费”，弘扬勤俭节约美德，广大党员干部特别是各级领导干部要带头节约，从自身做起、从小事抓起，践行“光盘行动”，产生上行下效的积极效果，进而带动全社会厉行节约、反对浪费。

多出好点子 不搞花架子

□刘江

治理餐饮浪费行为，关键是拿出有力有效的举措。为此，重庆的餐饮行业和企业想出了很多新招式：推出小份菜、拼盘菜，精准满足食客需求；根据剩菜特点，向顾客提供再加工技术指导，引导食客打包剩菜……这些办法立足实际、切实可行，受到消费者的欢迎，在点滴之间推动着全民节约习惯的养成。

餐桌上的浪费，一方面是有些食客爱讲排场，拿浪费撑“面子”；另一方面和食客码不准菜量有关。拿重庆人爱吃的江湖菜来说，由于盘子大、分量足，很多时候“点得多、吃得少”。餐饮企业不妨多从消费者的角度考虑，推出更多贴心做法和节约延伸服务，既可从源头上减少浪费现象，也能提高服务品质，形成商家的持久竞争力。

杜绝餐桌上的浪费，需要多出好点子，但不能搞华而不实的花架子。最近，有的地方就冒出了一些形式主义的做法：某餐馆将适量点餐纳入服务员月度考核，发现客人餐后桌上有剩菜将扣分；一家餐厅推出“称体重点餐”模式，食客根据体重选择套餐，搭配食物热量配比……这些做法的本意是提倡节约、减少浪费，但过于机械化，听起来更像是在制造噱头，很难在实际中操作和推广，消费者也不会买账。让厉行粮食节约、反对食品浪费成为人们的习惯，不妨多听听消费者的意见，想出更多接地气、有实效的好办法。

评论员观察

巴掌田如何变成“黄金地”

□张燕

重庆山多坡陡，给许多农民带来苦恼。近日，半月谈记者走访了重庆大盛镇青龙村。这里的农民，脚踩沃土，却收获甚微。这是由于，当地农田主要分布在山地上，不但块多、面小，而且相对零散，大型机械很难入内，耕种还得靠锄挖、犁耕、人背。

显然，这样的巴掌田成了当地村民致富的“拦路虎”。如何让现代科技抵达青龙村的田间地头，帮助当地农民搭上“机械快车”，成为亟待解决的问题。针对这一问题，当地发力“零改整”“坡改缓”，推进土地宜机化整治。如今的青龙村，一块块巴掌田变成了绿油油的“黄金地”，山坡上到处都是生机勃勃的景象。

乡村要振兴，农民要致富，首先就要抓产业。土地是产业的基础，宜机化并不是脱离实际，把山地都推平，而是因地制宜，通过合并碎片化的耕地，让陡坡变成缓坡、小田变成大田，打通农业机械进村的“最后一公里”。青龙村的做法，对我们探索出一条适合丘陵山区乡村发展的振兴之路，很有启示意义。

宜机化带来的变化，并不仅限于效率提升，更为重要的是重构当地农业生产模式。在规模化、现代化的基础上，大数据、云计算、物联网等科技得以快速融入农业生产和销售体系，不断重塑当地的产业格局。比如，渝北区借助仙桃国际大数据谷优势，对水果蔬菜市场进行大数据分析，明确畅销品类；建设智能水肥药一体化滴灌系统，无人机24小时“保驾”；利用“网络电商+实体店商+体验采摘”等销售方式，确保果蔬产品效益最大化……这一切的前提，正是规模化经营、机械化耕作。

重庆集大城市、大农村、大山区、大库区于一体，推动“三农”发展意义重大。解决巴掌田，打造“黄金地”，不仅拓展了山地特色农业的发展空间，还能推进二产联动，带动三产跟进发展，实现农民增收、产业增效、生态增值，让绿水青山真正变为金山银山。正是这一个又一个巴掌田的转变，为农业产业结构调整奠定了基础，汇聚成乡村振兴的蓬勃动力。

我看“双晒”

为城市营销打造专属IP

□李育蒙

近日，重庆“双晒”第二季两江新区专场精彩亮相，让网友们充分感受到“开放两江、智慧之城”的独特魅力。数据显示，在90分钟直播中，14个直播平台实时观看超2500万人次、点赞数超500万、评论上万条。

重庆启动“双晒”第二季以来，系列宣传片陆续在各大媒体平台、大型商圈、楼宇广告牌等投放，全方位展示了重庆文旅亮点，反响非常好，拉动了文旅消费，对城市形象也是一场绝佳的营销。

通过一些形象的宣传语推广城市，不仅符合传播规律，更能精炼地表达城市特色。在“双晒”第二季中，各区县纷纷推出了最能打动人心的城市形象宣传语。例如永川的“心灵之旅，欢乐永川”、彭水的“世界苗乡，养心彭水”、丰都的“名山名水，丰收之都”、璧山的“儒雅璧山，田园都市”，等等。这些宣传语紧扣当地的特色资源，将本地的特色优势响亮地喊出来，吸引了外地游客广泛关注。

重庆本身拥有山、水、林、泉、瀑、峡、洞等秀丽风光，旅游资源非常丰富。如何让这些资源形象活跃于网端，需要一些切合实际的宣传语，以达到“感官营销”的效果。例如“丰收之都”“儒雅璧山”等等，都能够非常直观地将景观与城市联系在一起。而“心灵之旅”“名山名水”“田园都市”等，又引导游客亲身去体验。在“双晒”活动中使用这样的宣传语，很容易吸引外地人的关注和兴趣。此外，一些区县的宣传语，不仅紧扣自然景观，还植入了特有的文化基因。例如永川的“心灵之旅”，就推介了茶竹文化。

在“双晒”中晒出城市特色，宣传用语是一个很好的载体。活化本地形象的宣传用语其实就是打造地方的专属IP，让游客一看到这样的宣传用语字眼，就能马上将其与城市联系在一起。这不仅能吸引外地游客前来“打卡”，更能留住本地人的乡愁。