

# 全国学雷锋志愿服务 成都4个先进典型上榜

近日,中央宣传部、中央精神文明建设办公室、民政部等18家单位和部门联合发出通知,公布2022年度全国学雷锋志愿服务“四个100”先进典型名单,成都4个先进典型上榜。他们分别是2022年度全国最佳志愿服务项目——“友善成都 美在志愿——每周一小时”文明实践志愿服务项目、成都市青羊区老兵放映志愿服务项目、2022年度全国最佳志愿服务社区——四川省成都市金堂县五凤镇小凤社区、四川省彭州市桂花镇蟠龙村。



“每周一小时”项目引导市民将志愿服务作为一种生活习惯 社区志愿者组织80岁以上的爷爷奶奶们集体过生日

“友善成都 美在志愿——每周一小时”文明实践志愿服务项目持续开展近4年,线上线下活动超170余场,参与志愿者超8万人次,服务人次超过500万,通过精心设置议题、创新策划发动、“跨界”宣传推广,充分发挥主流媒体动员能力、引导能力、策划能力,引领带动市民每周参与文明实践志愿服务至少一小时,以生动鲜活的群众性实践活动,为成都注入了温暖活力,凝聚强大精神力量。

每周至少参与1小时志愿服务,用“每周一小时”的概念引导成都人将志愿服务作为一种生活习惯。启动时同步招募12类专业队伍、发布100个以上常态化岗位,以提供5000个以上志愿服务岗位的方式,为“我想当志愿者”和“我需要志愿者”的需求双方搭建便捷快捷桥梁。

走进成都市金堂县五凤镇小凤社区,一个个接地气、有内涵的家风家训悬挂在居民家门口,是道德约束,也是美丽风景。小凤社区以群众需求为出发点,把志愿服务与家风文化、社区治理、产业发展、文明实践等相结合,不断解锁社区志愿服务“新秘籍”,让“走心”的社区志愿服务,把辖区居民的心紧紧聚在一起。

用好家风涵养文明乡风,小凤社区建设党风、村风、家风“三风馆”文明实践基地,开展党史教育、志愿者先进事迹宣讲等主题活动;以家风促党风民风,打造“家风院落”文明实践基地,党员志愿者带头晒出自己的家规家训,请群众监督。周围群众纷纷效仿,归纳出自己的家规家训。社区为120户居民统一制作家规家训公示牌,互相借鉴互相监督。

## 每周一小时

## 温暖满成都

## 运用“积分制”打造文明社区

### 移风易俗 树新风

为破除陈规陋俗,继承优良传统,弘扬社会新风,引导广大群众更新思想观念,革除陈规陋习,倡树文明高尚的生活方式,不断提高社会文明程度,隆兴镇群安村坚持将移风易俗作为家庭积分制管理的重要依据之一。

## 守信“红利”激发乡村治理“活力”

### 诚信你我他

为有效解决乡村治理难题,大邑县以信用承诺为抓手,以践诺激励为导向,在汪安社区创新打造“3+4+N”信用社区守信践诺体系,推动形成乡村基层诚信治理长效机制,助力乡村全面振兴。

理论周刊 理性求真 求衡求是

锦观智库 JINGUAN THINK TANK 第69期

### 精彩观点

① 暑期消费产业链不断突破原有边界,向以旅游体验和知识生产为核心的新价值链延伸,形成多业共生、多元共融的产业新格局

② 根据暑期消费趋势,成都要在游客出行前、出行中和出行后不同阶段有针对性地采取措施,为即将到来的国庆和中秋假日消费做好准备,有效吸引异地消费能量

③ 以“三生协同、两点发力”来夯实本地消费基础,即以“生产、生活、生态”的协同发展为抓手,从培育消费新增长点、疏通消费堵点两个关键点发力,完善促进消费长效机制

# 暑期消费热背后藏着什么“密码”?

## 利用好暑期消费产业链的分工与协同

锦观智库:根据你的数据监测或观察思考,今年的暑期消费呈现哪些新趋势?今年暑期,消暑纳凉、影视文化等多部门协同,正在赋能主要旅行目的地的经济稳步复苏,我们如何充分利用暑期产业链的这种分工与协同?

二是出游意愿集中释放,亲子、研学、避暑需求热度不减。暑期旅游消费市场延续今年“五一”“端午”以来的增长态势。从在线旅游平台的订单来看,交通、住宿、景区订单均超过2019年同期,用户出行热情创历史新高。尤其是亲子游、研学游、夜游成为今年暑期热门出游主题。其中,亲子订单、夜游门票订单较疫情前分别增长45%、307%,消费水平均超2019年同期;从城市尺度看,暑期热门亲子目的地为北京、上海、成都、西安、乌鲁木齐、广州、三亚、杭州、昆明、重庆。

三是文旅融合趋势加速,消费内容更趋多元化、品质化。伴随居民消费需求提质升级,暑期消费由观光旅游、主题娱乐转向沉浸式互动体验,消费者更加注重旅行放松、情绪调整、新奇体验和独特内容,期待通过体验异地风土人情、特色美食、非遗民俗、亲近自然等,获得更丰富的情感满足。

编者按 提振消费信心、激发消费活力是贯穿全年的课题,暑期则是充分释放消费潜力的重要窗口期。当前,暑期已近尾声,但由出游、看演出、观影组成的暑期三大热门消费场景热度依然不减。

专家简介 朱雨可 四川省居民消费研究会秘书长,西南财经大学中国西部经济研究院副教授

## 从种草到拔草…… 要有效吸引潮汐性假日消费能量

锦观智库:数据显示,暑期亲子游订单占暑期订单超过三成,同比增长超过7倍,且暑期热门亲子目的地前三名是北京、上海、成都。作为仅次于北京和上海的暑期热门亲子目的地,成都应该如何发力,以吸引潮汐性的异地暑期消费能量的积极介入?

为消费体验过程的时间序列,根据即将结束的暑期消费特点,成都可总结经验,在游客出行前、出行中和出行后不同阶段有针对性地采取措施,为即将到来的国庆和中秋假日消费做好准备,有效吸引异地消费能量。

发力点。以博物馆为例,成都拥有183座博物馆,规模在全国保持领先水平,可考虑突破传统“看”“听”为主、被动接受知识传播的游览方式,面向儿童、家庭、学生等不同潮汐人群设计探索游戏、学习任务和动手活动等,创造有趣互动的游览体验。

## 三生协同、两点发力…… 进一步夯实本地消费基础

锦观智库:对此,除了激发暑期消费的活力,从更长远看,成都如何有效地夯实本地消费基础? 朱雨可:消费是生产的最终目的和动力,也是人民对美好生活需要的直接体现。当前,我国经济社会全面恢复常态化,成都消费市场亦显现回暖迹象。成都市统计局数据显示,上半年成都社会消费品零售总额同比增长8.1%,服务业增加值同比增长8.1%,分别高于全国0.6个和1.7个百分点。

存量数字化,即对餐饮、家电、旅游等传统消费进行数字化升级;二是增量数字化,即通过网购、直播、视频、娱乐等培育数字消费新业态。为此,成都应紧扣智能、绿色、健康、安全等新消费诉求,依托消费中心城市优势和大数据带来的“消费红利”,深化新消费经营主体数字化转型,提升数字基建能级,优化新消费相关技术、产业、物流,力促新消费产品和服务量质齐升。

为进一步提升成都消费持续恢复向好,各部门可针对消费市场的结构性机会精准施策。结合成都人口特征、产业基础、商业氛围、消费文化、生态本底等诸多优势,建议以“三生协同、两点发力”来夯实本地消费基础,即以“生产、生活、生态”的协同发展为抓手,从培育消费新增长点、疏通消费堵点两个关键点发力,完善促进消费长效机制。

创造宜居宜业美好生活,保障民生,提振消费能力和信心。就业和收入是消费增长的基础。今年上半年,成都居民人均可支配收入同比增长4.6%,面对居民收入增速放缓、就业信心不足等堵点,成都应坚持民生导向,继续加大稳就业、保岗位、促增收政策力度,重点关注高校毕业生、农民工、大龄劳动者就业。同时,充分考虑成都五城区老年人口集中,五城区外中心城区劳动年龄人口快速增长的特点,提升教育、医疗、养老等公共服务供给,消费场景与区域人群的适配度,增进民生福祉,为消费注入持久增长动能。