

深化体制机制改革 激发人才活力

□ 欣 华

千秋基业，人才为本。习近平总书记站在赢得国际竞争主动、实现民族复兴的战略高度，深刻指出，必须加快实施人才强国战略，确立人才引领发展的战略地位，努力建设一支矢志爱国奉献、勇于创新创造的优秀人才队伍。这为我们坚持新时代党的组织路线，做好新时代人才工作，提供了根本遵循。

综观国力的竞争，说到底就是人才竞争。人才的竞争，关键是体制机制的竞争。我们要在当前全球范围内新一轮科技革命和产业变革中抢抓机遇、赢得优势，必须不断深化人才发展体制机制改革，最大限度把广大人才的报国情怀、奋斗精神、创造活力激发出来。要完善人才培养机制，以国家发展需要和社会需求为导向，以培养人才创新精神和创新能力为重点，以提高思想道德素质和职业精神为基础，形成协同育人模式。改进人才评

价机制，避免简单以学术头衔、人才称号确定薪酬待遇、配置学术资源的倾向，推动人才“帽子”、人才称号回归学术性、荣誉性本质，真正使广大人才能够始终专心致志、心无旁骛。创新人才流动机制，打破户籍、身份、学历、人事关系等制约，促进城乡、区域、行业 and 不同所有制之间人才协调发展，鼓励引导人才向艰苦边远地区和基层一线流动。健全人才激励机制，打通科技和经济转移转化的通道，完善人才合理分享创新收益的激励办法，让机构、人才、市场、资金充分活跃起来。要紧紧围绕党和国家发展战略，精心编制第二个国家中长期人才发展规划，加快培养造就一大批高层次人才创新型科技领军人才，统筹推进企业经营管理人才、高技能人才、农村实用人才等各类人才队伍建设。

不拒众流，方成江海。要实行更加积极、更加开放、更加有效的人才引进政策，集四海之

气，借八方之力，聚天下英才而用之。着眼“高精尖缺”、坚持需求导向，用好全球创新资源，精准引进急需紧缺人才。强化效益意识和柔性引才理念，不求所有、但求所用，不求所在、但求所为，既可以在国外调动人才离岸搞创新，也可以吸引“候鸟型人才”兼职搞创新。对引进人才要充分信任、放手使用，帮助解决他们的后顾之忧。同时加强国家重大人才工程的统筹和融合，充分用好国内国际两种人才资源，调动各类人才的积极性。

矢志爱国奉献、勇于创新创造，这不仅是新时代人才工作的目标指向，也是对广大人才的殷切期望。“一寸赤心惟报国。”钱学森、邓稼先、郭永怀等“两弹一星”元勋，秉持科技报国、以身许国的爱国情怀，西安交通大学“西迁人”等老一辈知识分子，怀着“党让我们去哪里，我们背上行囊就去哪里”的奉献精神，为我国科学、教育事业发展做出了

卓越贡献。黄大年、李保国等一批新时代优秀人才心有大我、至诚报国的感人事迹，在全社会引起强烈反响。要大力弘扬爱国奉献精神，广泛宣传表彰爱国报国、贡献突出的优秀人才，加强对人才的政治引领和政治吸纳，做好各类人才教育培训、国情研修等工作，增强他们的政治认同感和向心力，实现增人数与得人心有机统一。要做好联系服务人才工作，政治上充分信任、工作上创造条件、生活上关心照顾，多为他们办实事做好事解难事。领导干部要带头联系专家，加强思想沟通和感情交流，当好“后勤部长”，为他们发挥聪明才智创造良好条件。

多士成大业，群贤济弘缙。我们要以更高的站位、更广阔的视野、更长远的眼光，扎实做好人才工作，努力推动形成天下英才聚神州的良好局面，为实现“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴的中国梦提供有力人才支撑。



设 障

徐 骏 作(新华社发)

微 言 堂

“坑老”虚假广告应予严打

□ 齐 健

打着购物节、产品下乡等幌子赴各地展销伪劣产品，健康“体验店”专向老年人推销质次价高的保健品，内容低俗的医疗广告入村上墙，夸大功效的医药广告藏身互联网……近年来，虽遭多部门持续打击，但“坑老”“骗老”的虚假广告仍以各种面目现身城乡和网上网下，严重扰乱市场经济秩序，侵害消费者权益。

夕阳无限好，人间重晚情。老年人对健康需求更迫切，对技术进步有更高期待，但又缺乏对新事物、新平台的辨别能力，容易受虚假广告蒙骗，影响身心健康和家庭和睦。有关部门必须从快从严斩断虚假广告的黑手，对违法

生产、欺诈销售“坑老”商品的行为依法从重处罚。

当前，诚信中国建设正深入推进，应以此为契机，多部门联动出击，严打一批“坑老”虚假广告的发布、制作、传播者，严惩一批“骗老”伪劣产品的生产、销售者；同时发动各级力量深入社区和农村，利用正规讲座提高老年人自我防范、自我保护的意识，铲除“虚假义诊”“虚假免费检查”的生存土壤。

针对“坑老”的虚假广告改头换面和流窜作案的趋势，关键是要打造城市和乡村、网上和网下齐抓共管的一张网，不留监管的缝隙和死角，严防“擦边球”，查处“保护伞”，防治“城市社区抓得严，乡村市场管不住”等病症。

公共场所便民不能怕“麻烦”

□ 广 原

近日，笔者带孩子去了趟所在城市的科技馆，想让孩子感受一下科技氛围。不曾想，时值暑假，这座科技馆的一楼售票大厅仍是原有几个售票口，现场购票的队伍折了好几个Z字，拥挤程度堪比春运。考虑到安全问题，笔者赶紧带着孩子出去，另找其他地方玩。

每到寒暑假，大城市的一些科技馆、水上乐园、游乐场等公共场所，都会面临人多排队的问题。这一方面是由于相关需求瞬间释放所致，另一方面也在一定程度上折射出有关部门没能及时总结经验、改进工作。一些公共服务场所设立了众多的商品区，售票区却只有几个窗口，即便在寒暑假人流高峰时，一些场所也

不增设售票口，也无信息显示屏来告知当日门票还剩余多少，让排着长队的人倍感焦急，又无可奈何。

说到底，公共服务部门的工作是否便民，是其能否坚持以人民为中心发展思想的具体体现。对于发生在身边的一些诸如长时间排队、没有足够的休息座椅、卫生间不够用等问题，工作人员应该能看到或听到。可能有些负责人也看到或听到了，可就是怕“麻烦”，或者不想使本部门局部利益受损失，不愿意拿出具体的改进措施。这就是古人所讲“非不能也，是不为也”的典型情形，应受到严厉惩处。也期待上级部门或监管部门广开言路，及时发现和处理公共场所不便民的问题，督促有关部门将为人民服务的工作宗旨落到实处。

景区旅游应“价有所值”

□ 刘 鹏

近日，国家发改委发布指导意见，要求清理规范门票价格“额外负担”，在今年“十一”黄金周之前，切实降低一批重点国有景区门票价格。

暑期将至，国内旅游也将迎来新一轮热潮。当此之时，相关部门推动完善国有景区门票价格形成机制，既有利于理顺国有景区的功能定位、摆脱“门票依赖症”，也必将进一步降低旅游观光成本、提升游乐体验。

长期以来，一些旅游景区因价格偏高颇受诟病。究其原因，一个重要方面就在于景区的“额外负担”过重。例如，

有的地方视景区为“提款机”，随意扩大门票覆盖范围，把景区外资源保护和建设开支纳入其中；又如，有的地方视景区为“唐僧肉”，以多种手段牟取商业利益，抬高了价格。可以说，摸清成本、明确组成要素，才能有效降低门票价格、科学定价。

当旅游日益成为一种生活方式，如何提高群众的获得感，成为一项现实的时代课题。相关指导意见的发布，迈出了推动价格机制科学化、动态化、规范化的重要一步。而引导促进国有景区“价有所值”、品质升级，更好实现旅游为民、旅游惠民，仍需再接再厉、久久为功。

国有金融机构应忠实服务实体经济

□ 谭谟晓

中共中央、国务院日前就完善国有金融资本管理发布指导意见，促进经济和金融良性循环健康发展。国有金融机构应牢记服从服务于经济社会发展这一初心，做实体经济的忠实服务者。

金融是现代经济核心和实体经济血脉，是资源配置和宏观调控的重要工具，更是推动经济社会发展的重要力量。当前，我国经济转型升级稳步推进，新旧动能加快转换。实体经济的发展，迫切需要金融提供更多源头活水。国有金融机构作为我国金融业的“中流砥柱”，理应承担更大责任。

近年来，我国金融业改革开放不断深化，国有金融资本规模稳步增长，国有金融机构运营效益明显提升，成为中国经济迈向高质量发展的有力支撑。但也要看到，国有金融资本配置效率仍有待提高，服务实体经济质效需要进一步提升。

服务好实体经济，国有金融机构应回归本源，提高活力。金融的天职是为实体经济服务，国有金融机构要充分发挥价格发

现、资金配置等优势，开发新的金融产品，着力解决融资难融资贵等问题；发挥保险资金规模大、期限长、来源稳定的优势，用“金融活水”浇灌实体经济茁壮成长。

服务好实体经济，国有金融机构应专注主业，提高定力。聚焦主业是金融业安身立命之本，国有金融机构要规范综合经营，依法依规开展股权投资；把握好发展方向、战略定位和经营重点，突出主业、做精专业。

服务好实体经济，国有金融机构应守住底线，提高抗风险能力。防范化解金融风险是实现高质量发展必须跨越的重大关口，国有金融机构要严守财务会计规则和金融监管要求，强化自身资本管理和偿付能力管理，保证充足的风险吸收能力；坚持审慎经营，加强风险源头控制，健全风险防范和应急处置机制。

百业兴则金融强，金融的根基是实体经济。国有金融机构要把更多金融资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节，更好满足实体经济多样化的金融需求，为经济健康发展、金融稳定运行做出更大贡献。



徐 骏 作(新华社发)

撬动服务出口贸易市场量能

□ 张 锐

近日，国务院正式批复同意《深化服务贸易创新发展试点总体方案》，批准复制推广包括设立服务贸易创新发展引导基金、支持服务贸易企业开拓国际市场、搭建服务贸易金融支持平台等共计29条服务贸易创新发展经验。可以看出，强化服务贸易尤其是服务出口贸易已成为我国对外贸易工作的重头戏。

一般而言，无论是作为经常项目下的商品出口，还是作为资本项目的投资出口，都与服务出口紧密关联。服务出口不仅是衡量一国出口结构的重要维度，更代表着一国出口的国际竞争力。目前，世界主要经济体都在不断强化本国服务贸易的比重，全球服务贸易额目前已突破60万亿美元，在全球贸易中占比上

前我国服务贸易在对外贸易中占比为16.7%，服务出口占整个贸易出口的比重为9.6%，都明显低于世界平均水平。而且，我国服务贸易逆差还呈逐年扩大趋势。为此，政策必须朝以下几个方面对准聚焦。

首先，要做大国内生产性服务业与生活类服务业的体量，强化服务出口的支撑力与供给力。一方面，我国要加快制造业的服务化进程，鼓励和支持制造企业通过发展个性化定制服务、精准营销，推动制造企业由重资产向轻资产服务转变；另一方面，我国要推动制造业国际合作由加工制造环节为主，向合作研发、联合设计、市场营销、品牌培育等高端环节延伸。在生活类服务业方面，要切实破除各类地方保护，扩大文化、健康、养老等生活性服务领域的民间投资半

径，通过引进优质外资形成服务市场的“鲶鱼效应”，提高出口产品的国际竞争力。

其次，要延展服务出口的长板，弥补服务出口的短板。目前来看，我国部分高级生产要素优势正在局部形成，新型生产要素正在加速积累，劳动力优势正逐步向劳动力资源、人力资本优势转化，资本优势正逐步传导到技术、品牌、质量、服务、知识产权、标准等高级生产要素优势的积累中，新兴服务出口占服务出口总额的比重突破了50%。有必要在定向性地加大出口退税、进一步下调增值税率等方面积极探索，同时注意促进新兴服务出口力量的互动，强化海外市场整体匹配能力。

再次，要有目的地及时调配服务出口市场。可借助“一带一路”建设拓展服务出口的新空间，包括面向“一带一路”相关国家建成一批促进技术贸易的公共服务与交易平台，推动以铁

路、水电、通信、装备制造、航空航天等行业为重点的技术出口，同时建成一批面向“一带一路”相关国家的国际文化交易平台，积极扩大文化创意、数字出版、动漫游戏等文化产品的出口。欧洲是全球服务业最大的进出口市场，而且拥有先进的技术和成熟的管理经验，市场比较开放，我国可考虑以服务贸易为重点投资建设中欧贸易园区和产业合作园区，谋求彼此的互惠与双赢。

最后，要做足服务业的服务成色与质量。服务业的出口其实就是在更宽幅和更纵深的市场参与国际竞争，对标国际规则提升自身服务的专业化、规范化和品牌化水平乃题中之义。有必要在服务特色、服务内容丰富度及服务信用等方面持续改良与纵横深耕。

经济评论