

今冬居民用气可以全额保障

各省区市已全面完成全年供气合同及供暖季供气合同签订，资源全部分解至各地

□ 本报记者 刘 政

在10月24日召开的国家发改委定时主题新闻发布会上，国家发改委政研室副主任、新闻发言人孟玮就物价走势、天然气保供、居民消费等热点问题进行了回应。

我国物价持续平稳运行

据国家统计局发布数据显示，我国9月份CPI同比涨幅达到2.5%，社会上出现了有关“通胀”甚至“滞胀”的声音。针对这一问题，孟玮作出回应，经认真研判，当前，我国物价保持平稳运行，并未出现趋势性上涨迹象。

据悉，从前三季度情况看，今年以来居民消费价格温和上涨、波动较小。前三季度，CPI处于温和上涨区间，与美欧日等主要经济体较为接近，明显低于主要新兴经济体。同时，月度走势也较为平稳，1月~9月各月CPI同比涨幅都在1.8%~2.9%，呈现正常波动态势。

从9月份情况看，CPI涨幅攀升主要受季节性因素影响：夏秋季节蔬菜轮替，前期部分地方遭受极端天气等因素导致鲜菜价格环比上涨9.8%；季节变化导致鲜果价格环比上涨6.4%；中秋、国庆节消费需求增加，拉动猪肉、鸡蛋价格分别上涨3.7%和2.2%。这几项因素对CPI环比涨幅的贡献达到63.5%，是CPI涨幅攀升的主要原因。

从核心CPI变化情况看，物价走势平稳。国际上通常用扣除食品、能源价格影响后的核心CPI衡量经济运行通胀走势。1月~9月，我国核心CPI累计同比上涨2.0%，比去年同期低0.1个百分点；9月份同比上涨1.7%，比上年同期低0.6个百分点，是近两年来的低点，表明经济运行中并无“通胀”风险。

今后一段时间，我国价格总水平有望继续保持平稳运行，主要是因为，我国农业生产稳定，粮食、生猪、蔬菜、油料市场供给

充裕；工业生产平稳，工业消费品市场总体供大于求；服务业供给数量和质量不断提升。尽管可能会受到季节性、临时性等短期扰动因素影响，但不会改变物价总体平稳运行的态势。

下一步，国家发改委将密切关注重点商品市场和价格变化，有针对性地做好调控监管，努力保持市场和价格总体稳定。

各省区市全面完成供暖季供气合同签订

天然气稳定供应关系到千家万户，是民生工程，也是民心工程。目前，我国天然气产供储销体系建设已取得积极进展。总体看，今年我国天然气供需虽然处于紧平衡状态，但居民用气可以全额保障。

今年全年已落实可供资源量2635亿立方米，比去年增加249亿立方米；各省区市全面完成全年供气合同以及供暖季供气合同签订，资源全部分解至各地；今年新开工储气项目近100个，预计可形成储气能力约160亿立方米，比上年增加约35亿立方米以上；管网互联互通工作取得积极进展，南气北送新增供气能力大幅提升；目前主要供气企业已基本完成储气库注气计划。

下一步，要着重做好四方面工作：

一是严格以供定需。坚持从实际出发，严格按照合同供气和用气。今年供暖季已落实资源超过1200亿立方米并分解至各地。全国民生用气占比40%左右，当前资源量完全可以满足民生用气需求。各地要抓好落实、科学安排，建立完善有序用气机制，坚持“民用优先”，并把燃气公交车、出租车纳入民生用气保障范围优先落实和保障气源。

二是坚持以气定改。坚持“企业为主，政府推动、居民可承受，宜气则气，宜电则电，宜清洁煤则清洁煤”的清洁取暖方针，统筹推进清洁取暖工程。坚持先规划、先合同、后改造，有序推进“煤改气”。在改造完全到位

并落实气源之前，不得拆除原有供暖设备。

三是完善应急预案。制定需求侧调峰用户清单，并提前与用户进行衔接，尽最大可能提升应急调峰能力，做好极端情形下确保民生用气的预案。

四是压实各方责任。地方政府是保障民生用气的责任主体，供气企业是保天然气安全、足量、稳定供应的责任主体，各有关职能部门负有指导监督的责任。

让消费者“能消费”“愿消费”“敢消费”

谈及近期引发各方关注的消费话题，孟玮表示，总体来看，消费对我国经济的拉动作用在不断增强。从今年三季度数据看，最终消费支出对经济增长的贡献率为78%，服务消费占比持续提高，我国居民消费运行总体平稳，消费升级的大势没有改变。与此同时，制约当前消费提质扩容的因素依然明显。

为破解高标准产品服务供给不足、农村扩消费短板突出等制约因素，进一步完善促进消费体制机制，激发居民消费潜力。下一步，国家发改委会同相关部门，大力推动《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》《完善促进消费体制机制实施方案》落地见效，特别是在促进消费者“能消费”“愿消费”“敢消费”上下功夫。

改善居民消费能力和预期，让消费者更加“能消费”。尽快落实修改后的个人所得税法，出台相关配套制度和办法，明确专项附加扣除的具体范围和标准，确保明年1月1日起实施。要加大金融支持消费的力度，加快消费信贷管理模式和产品创新，进一步提升金融服务质量和效益。要完善收入分配制度，拓宽居民劳动收入和财产性收入渠道，降低住房、教育、医疗、养老等生活成本，化解居民消费后顾之忧。

构建成熟的消费细分市场，

让消费者更加“愿消费”。促进实物消费提档升级，聚焦消费细分市场，开发新需求，形成消费新增长点；持续推进服务消费提质扩容，进一步放宽服务消费领域市场准入，引导社会力量进入旅游、文化、体育、健康、养老服务、家政服务等领域。

营造安全放心的消费环境，让消费者更加“敢消费”。强化产品和服务标准体系，健全消费后评价体系，完善消费领域企业和个人信用体系，健全消费者维权法律体系。

“国家发改委将会同各部门和各地区，加大统筹协调力度，完善促进消费的政策体系，加强促进消费工作的监督考核，逐项抓好改革任务和政策落实取得实效。”孟玮表示。

易地扶贫搬迁“大头落地”

日前，全国易地扶贫搬迁工作现场会在河南召开。截至目前，2016年和2017年589万人的搬迁建设任务已顺利完成，今年280万人搬迁建设任务有序推进，年底全国将完成870万人的搬迁建设任务，实现“十三五”建设任务“大头落地”。

其中，湖北、河南、江西等部分省份的“十三五”搬迁建设任务，今年年底前能够基本完成。在这个过程中，各地在结合产业设置安置点、压实主体责任、精准后续帮扶、确保搬迁群众享受同等公共服务等方面，形成了一批好的经验和做法，有力地推动了搬迁群众尽快融入新环境、开展新生活。

目前，易地扶贫搬迁工作已经进入到了最后的攻坚阶段，任务更加艰巨，时间也更为紧迫。作为地扶贫搬迁工作的牵头部门，下一步，国家发改委特别要把握好“一个转变”和“三个聚焦”，切实推动易地扶贫搬迁工作由“求进度、重项目建设”向“求质量、重脱贫实效”转变，聚焦特殊地区、聚焦稳定脱贫、聚焦融入社区。

打出培养技能人才“组合拳”

近期，国家发改委会同有关部门出台《关于提升公共职业技能培训基础能力的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》明确了加强公共职业技能培训平台建设、提高培训就业信息共享能力、创新数字职业技能培训体系、提高职业技能培训水平等5个方面11项具体措施，加快提升我国公共职业技能培训基础能力，加快构建一支规模宏大的技能人才队伍。

下一步，国家发改委将以《意见》落实为抓手，打出一套政策“组合拳”：

支持公共实训基地建设。目前，中西部和贫困地区对公共实训基地的建设需求很大，但地方财力有限。我们将重点支持这些地区，以及受中美经贸摩擦冲击较大地区的公共实训基地建设，提高就业服务能力。

推动培训资源共享。充分利用好各级政府、职业院校和行业企业的现有培训资源，鼓励不同机构间在设备设施、教学师资、课程教材等方面的资源共享、优势互补。鼓励地方政府整合各渠道培训资金，统一购买职业技能培训服务，为亟须技能培训的劳动者做好兜底保障。

多渠道增加师资供给。加快推行企业新型学徒制度，依托有条件的大中型企业和职业院校，开展师资技能提升培训。鼓励实行专兼职教师制度，加快建立健全培训教师在职培训和到企业实践制度。

打造“技能培训包”。主要是做到“三个结合”，即下岗再就业培训、转岗培训、岗位技能提升培训、创业培训等多类型培训相结合，短期培训和中长期培训等多期限培训相结合，劳动力输入地和输出地等多区域培训相结合，通过为劳动者提供这种广覆盖、多领域、可持续的职业技能培训，不断提升劳动者技能水平，打造就业的“稳定器”和“蓄水池”。



港珠澳大桥正式通车

10月24日，港珠澳大桥正式通车。图为车辆行驶在港珠澳大桥上。

新华社记者 梁旭 摄



《中国信用》杂志开展“双十一”网购问卷调查

为全面评估“双十一”前夕可能出现的各类信用风险提供基础性数据

本报讯 记者何玲报道 “双十一”临近，各大网络销售平台纷纷开展打折促销活动，广大消费者也是摩拳擦掌，准备新一轮网购“血拼”。为进一步完善电子商务信用环境，维护消费者权益，中国改革报社《中国信用》杂志在中国信用官方微信平台和改革网，开展关于2018“双十一”期间网上购物的问卷调查，旨在全面评估“双十一”前夕可能出现的各类信用风险，并为最终形成《2018电子商务领域信用风险“双十一”预警报告》提供基础性数据。调查问卷截止时间为11月10日。

今年是“双十一”的第十个年头，作为每年关注度颇高的购物“狂欢节”，“双十一”不仅是各大电商平台同场竞技的重要节点，也是电子商务领域问题暴露与矛盾凸显的重要时点。消费者对“双十一”有何新诉求、新期待？本次问卷围绕消费者在网络购物的消费体验、消费者购物意向以及消费者对当前电子商务领域信用建设的感受三个方面展开调查，旨在探讨影响消费者网购行为、电子商务平台诚信经营、电子商务领域信用建设的主要因素，为形成《2018电子商务领域信用风险“双十一”预警报告》做好基础工作，为消费者理

性消费提供客观引导，为相关部门制定相关法律法规或管理文件提供参考依据。

据了解，为全面客观反映“双十一”网购节期间的电子商务诚信情况，中国改革报社自2015年来已连续4年承担国家发改委“双十一”电子商务领域信用建设的相关工作。2015年，中国改革报社会同有关单位发布了全国首份《2015年“双十一”综合信用评价报告》，从2016年开始，每年均在国家发改委指导下会同有关单位，编制《电子商务领域信用风险“双十一”预警报告》和《“双十一”网购综合信用评估报告》，并以国家发改委新闻发布会形式向全社会公开发布，受到社会各界的广泛关注和好评，已成为“双十一”期间消费者预防信用风险的“行动指南”及相关管理部门进行信用分类监管的重要参考。

参与“双十一”问卷调查的读者可关注“中国信用”官方微信或扫描下方二维码进行答题。



谱好新时代全媒体一体化发展交响曲

四川省成都市青白江区在媒体融合发展上，不断创新体制机制，完善深度融合顶层设计，重构媒体生产流程，构建起主流媒体新格局

□ 本报记者 王泽勇

新时期、新常态下，四川省成都市青白江区在媒体融合发展上，不断创新体制机制，完善深度融合顶层设计，重构媒体生产流程，构建起了集“发现、策划、指挥、采、编、发”为一体，集台、报、刊、网、两微一端于一身的主流媒体新格局，走出了一条具有青白江特色的全媒体一体化融合发展之路。

据悉，通过创新媒体融合，青白江区新闻中心(区广播电视台)今年首次获评“四川省第六届广播电视公益广告大赛优秀传播机构”，“成都青白江”官方新媒体荣获四川省优秀政务新媒体账号，多个作品获成都市新闻奖。

打破体制壁垒 机构人员实现从相“加”到相“融”

据青白江区委宣传部相关负责人介绍，青白江区把媒体融合作为全区重大改革任务，着力改革机构、整合人员、重塑流程、融合产品，“媒体”基本实现从相“加”迈向相“融”，从“你是你、我

是我”迈向“你就是我、我就是你”。为媒体融合发展提供坚强的组织保障，有力地推进全媒体一体化发展进程。

为推进媒体融合发展，青白江制定出台相关政策，以扁平化管理为核心，在全市率先将区广播电视台《新青白江》内刊2家下属单位和办公室、新媒体科2个科级单位进行整合，重设办公室、采访部、策划编辑部、制作部、技术部、业务发展部6个部室；打通采编部门之间的界限，统筹采访、编辑、审核、传播工作，将分属报、台、网、端的采编人员整合成一支采编力量，实行采编流程、技术支撑、考核管理全面一体化。实行一套管理体制，一套运行模式，一套考核办法，有力的推动全媒体融为一体，从而真正实现从相“加”迈向相“融”。

同时，在推进全媒体发展中，青白江区深入推进整合人员，锻造全媒体人才。对原下属单位、科室人员进行重新分工定岗，改变过去互相分割的局面，打破过去的用人体制。积极开展“请进来”“走出去”“内部训”，利用“固定党日”开展“岗位练

兵”，选派业务骨干到上级媒体跟班学习，推动现有采编人员转观念、转作业方式，实现从单一文字、摄影摄像记者到全能型记者转变。坚持制度激励，选聘一批首席记者、首席编辑，重新修订《绩效考核办法》，遵循“同工同酬、绩效考核”的思路，实行量化考核，实现多劳多得、优劳优得、奖优罚劣，增强记者的事业心和归属感。

注重“内容为王” 新闻产品实现由“单一”到“多元”

在深入推进媒体融合发展进程中，青白江区着力改革，坚持创新，始终注重“内容为王”的融合发展理念。

首先重塑流程，打造“中央厨房”。推进采编流程集约化、数字化改造，扩容升级采编系统，建立一体化采编平台。新建《全媒体采编审流程》，建立全媒体“中央厨房”，形成策、采、编、审、发体系的大脑和中枢。

同时，注重策划宣传互动，以最快的速度、最有效搭配在采编平台中编辑“加工”，生产出不同媒体形式的新闻产品进行多

元传播，实现“一次采集、分类加工、多元传播”。

此外，坚持融合产品，实现同频共振。实行报、台、网同步联动作战，打造临时特别报道组，同策划、同调查、同创作，确保在重大宣传口径上一致，取得单一媒体难以实现的宣传效果和影响力。2018年，以“全面落实年”为主线，推出28期《全面落实年 青白江在行动》“一把手”电视访谈节目，通过全媒体同步刊播发布，新媒体报道阅读量达100余万次、点赞10万次，实现全媒体同频共振。

该负责人说，特别是今年“7·13”特大暴雨期间，青白江区开启全媒体联动报道，在“i青白江”APP率先推出“暴雨看现场”图文直播，第一时间更新抢险救灾、转移安置、汛期汛情等情况，电视台、报纸同时跟进报道，受到社会高度关注。

不仅如此，青白江着力改版创新，创办出了一系列既具有“高大上”也具有“本土化”的优质品牌栏目。积极推进《新青白江》报改版，由之前的4开8版的“小报”改为对开4版的“大报”，开设“青·时光”“青言青语”“青

史宝鉴”等“青”系列专栏，获读者在“区长信箱”公开表扬。同时，强化党台互动创新以及党网升级创新，为全区受众提供“寓教于乐”营养丰富的节目套餐。

全媒体同频共振 不断运用新技术推出新媒体产品

在推进全媒体一体化发展中，青白江区围绕中心工作，服务大局，把区委、区政府的声音及时有效地传达到基层群众中去。

“坚持以服务百姓为宗旨，重点在基层，关键在创新。”利用技术创新，积极生产适合在新媒体发布的短视频，组织拍摄微电影，推出新媒体创新产品，加强各个新媒体平台联动，不断扩大新媒体影响力。改版升级“i青白江”移动客户端，重点打造“头条”“城事”“人物”等栏目，发布权威时政、共享城市故事、提供丰富资讯、传递交流分享，消息最高阅读量达到38万余次，评论达到9600余条。积极运用新技术，通过移动直播、无人机采集、虚拟现实、H5等先进的生产技术进行创新表达，提升宣传效果。