

初心不改 一“网”情深

——白城市委网信办疫情防控宣传工作纪实

●周勇

春节万家团圆时，他们仍在电脑前奋战；夜深人静大家都已休息时，他们仍在岗位上忙碌。工作群里斩钉截铁的应答、办公室里彻夜不熄的灯光就是新冠肺炎疫情防控初期白城市委网信办人的日常工作状态。在这段“特殊”的日子里，网信人全力做好疫情防控网络宣传，第一时间接收网络疫情防控任务、第一时间完成任务，展示了网信铁军的责任与担当。

疫情发生后，面对每天突然加大的工作量，市委网信办领导高度重视疫情期间网络宣传工作，成立了领导专班，实行“7+24”“双值班”制度，每周7天不间断值班，每天24小时不间断排班，从大年三十开始一直未停。

疫情防控初期，绝对是“战时”状态，是打仗一般的日子。市委网信办高密度推送疫情相关微信信息，同时肩负长图文、H5的制作和“清朗白城”“网信白城”公众号的管理与维护，每一名工作人员都默默坚守在自己的岗位上。“双值班”带来了高效率，平均每天完成中央、省委、市委各项工作任务40余次，并通过统筹协调域内所有网络媒体、新媒体、自媒体等各类网络平台，发布最及时、最权威、最准确的信息，为疫情寒意笼罩下的白城增添了抗疫的暖意。

随着工作量的增大，白城网信人热情不但丝毫未减，反而日益高涨，这是一份热爱一种执着，更是岗位赋予他

们的光荣感和责任感使然。截至目前，市委网信办先后在中央网信、人民网吉林站、新华社客户端、今日头条、凤凰网、新浪网、搜狐网、腾讯新闻网吉林政务、国际在线吉林站等域外媒体和“指尖白城”“爱看白城”“白城之窗”、白城日报抖音、白城党建、“清朗白城”及“网信白城”等域内媒体平台发布与疫情防控相关的各类新闻报道268篇（幅）。

“以前都是打印稿，文字材料一摞摞一堆堆，一看就知道繁忙程度。现在大量的工作隐入无形的电子邮件、Word文档、QQ、微信里去了，一秒钟传输的内容，却隐藏着多日加班熬夜的辛苦。”一位网信老同志说。几句看似轻描淡写的话语，却道出了一份职业的责任和付出。市委网信办疫情防控初期圆满完成了省委网信办转发、推送、跟评、数据统计等各项工作任务，创立了“白城网信速度”。截至目前，白城市委网信办高效完成了关于疫情防控工作的各项任务2000余次，网络宣传员共转发新闻数百万次。

在网信队伍中，有不少娘子军在工作中巾帼不让须眉。曾获全国优秀网络宣传工作者称号的王娜虽然是位年轻的女同志，但关键时刻勇于担当，只要工作需要，她有叫必应，盯班值守，节假日不休，已成常态。

在疫情冲击下，扶贫产业基地洮北区平台镇大岭村玫

瑰花的销售受到了影响。为了给玫瑰花打开销路，市委网信办创新网络扶贫模式，网聚新媒体力量，以全网推送大岭玫瑰花产业的方式，全力打造“白城有品”扶贫特色品牌，让大岭玫瑰通过网络走进千万家。

截至目前，市委网信办统筹安排，精心组织，各新闻媒体宣传力度空前加大。白城新闻网首页开辟专栏“坚决打赢疫情防控的人民战争总体战阻击战”，累计发布相关信息272条，点击量70018次。白城电视网开设“坚决打好打赢疫情防控阻击战”专栏，累计发布相关信息325条，阅读量10万余次。白城日报微信公众号“指尖白城”累计阅读量108万次，粉丝正能量互动留言1万余条；发布抖音短视频75条，累计播放量278万次，点赞量50万次。白城电视台微信公众号“爱看白城”开通《白城广电网络直播：非常战“疫”爱看白城带你上一线》网络直播，生动展现抗击疫情一线故事，累计1万人收看。商业网站“白城之窗”共发布抗击疫情相关信息1200余条，点击量突破1000万。互联网企业金果传媒公司拍摄制作抗击疫情公益MV《幸福的温暖》，累计播放量超过100万次。

战“疫”尚未结束，网信人会继续认真履职尽责，初心不改，一“网”情深，用实际行动诠释新时代网信人的忠诚和担当。

洮南市税务局 快速退税 助企发展

本报讯(黄巍)“多亏税务部门的快速退税机制,让我们企业能够实现资金链的有序运转,公司的绿豆出口业务才能保持这么好的势头!”洮南市恒达经贸有限公司总经理朱森说道。

白城有全国知名的绿豆交易市场,绿豆出口是当地的重要产业。“受疫情影响,企业今年订单减少,特别是疫情防控初期,由于运输不便,2019年签订的很多订单都取消了,资金回笼压力特别大,”朱森介绍道,“幸亏税务部门及时跟进我们的出口项目,高效办理出口退税业务,帮我们盘活了资金。”

据了解,洮南市恒达经贸有限公司成立于2013年,主要经营农产品初加工,主销绿豆,出口日本、美国等,适用增值税免抵退税办法。

朱森给笔者算了一笔账:公司在2019年共出口绿豆4225吨,累计出

口退税3987884.5元;2020年上半年共计出口绿豆2121吨,累计出口退税1087158.63元。

“有出口退税资金的支持,我们复工复产的步伐很快,上半年出口量基本和去年同期持平,这是非常不容易的。”朱森说。

据了解,为方便纳税人办理出口退税,更快缓解资金压力,洮南市税务局及时对相关企业进行跟进,指导纳税人通过电子税务局、标准版国际贸易“单一窗口”出口退税平台等提交数据,着重加快申报审核批速度,实现出口退税全流程“随到随审”,大大压缩了退税办理时间。

“现在,我们将出口退税业务流程办理的时间平均控制在2天以内,部分业务实现一天退税,尽最大努力减轻企业资金占压时间。”洮南市税务局法规科工作人员说。



日前,在白城科普公园,一名游客为贪图凉爽竟不穿上衣在公共场所纳凉休息,给美好的环境增添了一丝丝的不和谐。如今,我们的环境越来越美了,公民素质也应该越来越高,希望游客约束自己,做一个文明的观光者。

本报记者
王野村摄

文明旅游反面曝光台

将绿色发展践行到底

●新华社记者 王俊禄

全球经济下行和疫情冲击双重压力下,个别地方和企业为追求发展目标,动起铺摊子上项目,或牺牲环境搞发展的念头。这种苗头当引起警醒,务必不讲条件地将绿色发展践行到底。

近年来,“绿水青山就是金山银山”理念成为全党全社会的共识和行动,成为新发展理念的重要组成部分。各地积极转变发展方式,打响污染防治攻坚战。粗放式发展逐渐被摒弃。但是,前进路上杂音仍不绝;少数排污主体顶风作案,通过跨区域污染转移、偷偷排放等方式逃避监管、降低成本;少数地方为追求经济指标,明里暗里降低环保要求,将别地淘汰的产能未加仔细甄别,选择招商落户。

从发展阶段看,率先向污染开刀的地区,往往是经济相对发达、群众环保诉求高的地区。对先发地区而言,不能简单将排污超标企业关门大吉,或驱赶了事。通过加大环保投入和技术工艺改造,就地升级,可能损耗最小、效益最好,也有利于将既有的产业优势做大做强。

经济后发地区,更不能为抢GDP而接盘污染产业。短期看,粗放发展可能来钱快,资源环境标准“抬杆杆儿”,经济指标就能“绿转红”。但是要以对历史负责、对人民负责的态度看待生态环境问题,中西部地区生态往往更加脆弱,一旦被污染侵袭,需要付出更高的代价,或者几代人的努力才能修复。作为绿色发展的重要一环,产业转型要全国一盘棋,生态底线坚决不能突破。

中国版图上的每一寸绿色,都是中华民族的生态宝藏,都是要留给子孙后代的丰厚遗产。经济发展在任何时候都不能以破坏生态为代价。推动绿色发展,是长远之策,不是权宜之计,必须咬定青山不放松,风雨无阻向前行。经济发展在爬坡过坎的时候,更要坚定“绿水青山就是金山银山”的理念,坚持绿色发展的战略定力,要禁得起诱惑、稳得住心神,对破坏生态环境的行为零容忍、坚决不开口子,牢牢守住生态红线,践行新发展理念,实现高质量发展。

切莫贪凉 冰淇淋吃多了会给身体带来负担

冰淇淋是人们喜爱的解暑佳品,除了常见的香草、巧克力、水果等口味以外,一些口味独特的冰淇淋层出不穷。无论是黑糖珍珠味,还是肉松海苔味,都收获了一批“粉丝”。然而,冰淇淋虽可口,吃多了也会给我们的身体带来一些负担。

暴食冰淇淋 警惕“冰淇淋头痛”

有一些人吃完冰淇淋后会产生剧烈头痛,有时在颞侧、额部或后眶内,表现为瞬间刺痛或疼痛难忍。

医生介绍,“冰淇淋头痛”又叫冷刺激头痛。大量、快速地进食过冷食物,会对口腔黏膜产生巨大刺激,引起血管收缩与舒张,刺激疼痛感受器,继而引发神经性头痛。因此,吃冰淇淋、冰西瓜、喝冰饮料时不要过急过快,最好将食物在嘴里含一会儿,让口腔适应这个温度再做咀嚼和吞咽的动作。

部分人群应慎吃冰淇淋

心脑血管病患者

患有高血压病、冠心病、动脉粥样硬化等心脑血管病的患者,其血管弹性大多有不同程度的下降。血管自我调节的能力差,突如其来的“骤冷”导致血管骤然收缩,可能会诱发心绞痛、心肌梗死、脑栓塞等。

孕妇

孕妇胃肠道黏膜对冷热刺激非常敏感,食用过多冰淇淋会导致消化功能降低。

儿童

对于儿童而言,过冷的刺激会使肠道加快蠕动、血流减少,引起消化不良。

糖尿病、肥胖患者

冰淇淋中糖分较高,糖尿病患者、肥胖患者食用容易诱发脂肪肝等疾病,也可能加重疾病。

这些时候不宜吃冰淇淋

吃饭时

夏天吃饭容易出汗,此时食用冰淇淋容易导致胃部功能紊乱,引发各种胃部疾病。

运动后

剧烈运动后大汗淋漓时立即食用冰淇淋,会造成血管迅速收缩,容易诱发心脑血管疾病。

女性生理期

生理期大量食用冰淇淋可能会引起子宫、盆腔内血管痉挛,促使血管收缩,造成经量减少甚至停经。(据科普中国网)

关注食品安全 确保饮食健康

代年轻人的消费习惯,红火是趋势,也是必然。

“宅经济”下还有哪些“风口”?

“宅经济”还能火多久?企业和广大投资者还能抓住哪些“风口”?

中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚表示:“在信息技术普及及普及、商业模式创新等因素影响下,‘宅经济’仍会继续火下去,未来一段时间都会以较快速度发展。”

专家指出,寻求投资机会,不仅要关注疫情带来的短期影响,更要把握疫情过后哪些消费行为和习惯随之改变,哪些改变将长期存在。

“疫情之后还会诞生很多新的商业机会。”长期研究企业的北京大学教授陈春花认为,线上娱乐、游戏、教育、知识付费和远程办公,零售业及物流配送、社区服务的线上线下融合,智慧城市和大健康等领域,都会迎来不错的发展。

大势所趋,机会所在,从政策调整也能一窥端倪。人力资源和社会保障部等部门不久前发布的9种新职业中,与“宅经济”密切相关的互联网营销师、信息安全测试、在线学习服务师名列其中。

国家发展改革委等13个部门近日公布《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》,包括在线教育、互联网医疗、线上办公、数字化治理、产业平台化发展等15种新业态新模式发展将得到政策全面支持。

业内人士普遍认为,随着国家大力推动“宅经济”、数字经济发展以及5G时代来临,一大批“新风口”“新机遇”将随之而来。但企业能否站上“风口”、抓住机遇,归根到底取决于自身眼力、魄力和实力。

坚守一线担使命

——记市强制隔离戒毒所生活卫生科科长刘学军

●姜润 本报记者 汪伦

在新冠肺炎疫情防控阻击战中,他连续奋战、不辞辛劳、无私奉献,坚决扛起责任,经受重大考验,用实际行动践行初心使命,用履职尽责展现责任担当,面对危难险重,他逆向而行,诠释了共产党员的赤诚之心,彰显了戒毒人民警察的硬核担当,兑现了忠诚于党、忠诚于人民的庄严承诺——他就是白城市强制隔离戒毒所生活卫生科科长刘学军。

战“疫”有我 彰显担当

新冠肺炎疫情发生后,市强制隔离戒毒所党委对勤务模式进行调整,根据疫情防控工作需要,所党委决定成立临时党支部,刘学军被任命为第一战队临时党支部书记。

责任人意味着担当,为起到带头作用,刘学军带领临时党支部党员民警职工认真学习习近平总书记关于疫情防控的指示精神及司法部、省司法厅、市司法局各项部署要求,从政治上、思想上坚定打赢疫情防控阻击战的信心。同时,作为三级心理咨询师,他利用自身优势通过多种形式为战队民警职工提供心理疏导,帮助战队民警职工化解心理压力、调节心情情绪,以积极的心态投身疫情防控阻击战。

立足岗位 恪尽职守

疫情防控阻击战中,刘学军充分发挥戒毒管理区副总值班长的职能作用,统筹封闭执勤区疫情防控、安全管

理、教育戒治、后勤保障等多项工作,并对每一项工作都认真负责。在安全隐患排查中,他带领相关民警职工仔细排查,不放过任何一个角落和任何一个违禁品、违规品;在食品安全管理中,他严格执行规章制度,坚决把好食品入口关、食品加工关、农残检测关,让戒毒人员吃得安全、营养、放心;在戒毒人员过生日时,他总会为他们送上一碗生日面和一句暖心的生日祝福,让戒毒人员的生日更有意义。

坚守一线 无私奉献

自春节以来,刘学军坚守疫情防控一线100余天,因工作忙碌无法照顾年迈的父母,只好将父母送至北京由姐姐照顾;对今年参加高考的孩子,他也只能在电话中嘱咐孩子努力学习,安心备考;妻子虽然也工作繁忙,但他在单位连续工作,不得不把家庭所有重担留给妻子。面对国家、集体和个人需要时,身为儿子、身为父亲、身为丈夫的他,毅然选择了前两者;在维护“大家”和“小家”利益面前时,他选择了维护“大家”。

从冬执勤到夏执勤,变换的是季节,不变的是初心。在疫情防控由战时机制向常态化防控转变的今天,为维护场所持续安全稳定、戒毒人员身体健康,他毅然选择坚守战“疫”一线。

聚焦

火红“宅经济”：意外崛起还是未来趋势？

●新华社记者 姜琳 阳建

买菜靠网购,吃饭靠外卖,教育靠网课,开会靠视频……疫情以来的“宅生活”带火了“宅经济”,一批新业态迎来爆发式增长,相关企业利润大涨。

“宅经济”到底是一场意外崛起,还是未来趋势?还会有哪些投资新“风口”?

“宅经济”带动企业利润“涨涨涨”

7月,位于湖南浏阳的盐津铺子智能烘焙生产线,几乎看不到操作人员。阵阵飘香中,成千上万个小面包在传送带上“行走”,然后被装箱发往全国各地。

“疫情期间对代餐食品的需求爆发式增长,我们的面包、蛋糕、薯片等烘焙类产品供不应求,鱼豆腐等销量也高速增长。”盐津铺子食品股份有限公司董事长张学武告诉记者,预计上半年实现净利润1.25亿至1.3亿元,同比增长将近一倍。

“宅生活”给多个行业带来利好。钉钉、腾讯会议、百度网盘、猿辅导等远程办公、教育软件用户数量激增;叮咚买

菜、盒马鲜生、拼多多交易量抢眼;阿里巴巴、腾讯、美团、京东等互联网公司市值屡创新高。

在已发布的上半年业绩预告中,“宅经济”相关上市公司利润涨幅惊人。速冻食品企业三全食品,预计上半年净利润同比增长390%至420%;小家电热销的小熊电器,预计净利润增长80%至110%;游戏娱乐公司三七互娱,预计净利润增长35.5%至45.2%。

海关总署数据显示,在国际贸易大幅萎缩的背景下,上半年“宅经济”产品出口也较快增长,笔记本电脑、手机出口分别增长9.1%、0.2%。

看似“意外”走红,其实早有准备

在部分专家和市场人士看来,“宅经济”走红看似一场“意外”,其实背后是相关企业早有准备、提前布局,面对突如其来的疫情带来的市场变化,能够快速调整、顺应新需求。

“我们此前就看到快节奏、‘宅生活’的趋势,因此对产品重点作出调整,推出了沙琪玛、小面包、酸辣粉等系列新品;

花大价钱改造的智能制造‘无人工厂’,也在疫情期间凸显优势;再加上这几年大力发展电商业务,上半年业绩飘红在意料之中。”张学武表示。

实际上,无论是运动健身、智能家居、方便速食等相关产品热销,还是移动办公、远程教育、在线娱乐等相关服务需求激增,或是“直播带货”等销售方式备受青睐,这些“风口”在疫情前就已经显现。只不过疫情按下了“快进键”,加速了这些趋势,也倒逼企业加快数字化转型。

“直播救急,数字化救命。”护肤品牌林清轩创始人孙来春这样总结。拥有数百家门店的林清轩年初一度业绩下滑90%,靠“电商”加“直播”很快实现“V”形反转。不仅线上销售额激增,6月份线下销售额也同比增长54%。

“过去是穿着数字化‘新鞋’走在传统零售的‘老路’上。直到疫情发生后,我们才发现2014年开始布局的数字化建设和原来积累的粉丝流量,为企业带来了生机。”孙来春说。

不少企业家认为,“宅经济”本质上是互联网经济,核心是数字化。新产品、新服务大幅提升了消费体验,迎合了新一