

一起学习

为什么要构建更有效力的国际传播体系？

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出：“构建更有效力的国际传播体系。”这是提升国家文化软实力的重要举措，也是为进一步全面深化改革、推进中国式现代化营造良好外部环境的重要举措。

第一，构建更有效力的国际传播体系，是有效应对复杂严峻国际舆论斗争的迫切需要。传播力决定影响力，话语权就是主动权。落后就要挨打，贫穷就要挨饿，失语就要挨骂。当前，国际传播不合理秩序依然存在，美国等西方国家利用国际传播平台优势，对我国发动各种“舆论战”“认知战”，企图塑造国际社会对我国发展的错误认知，诋毁抹黑我国国家形象，否定我国正当发展权利。与此同时，我国国际传播体系与我国综合实力还不匹配，存在着信息流进流出的“逆差”，中国真实形象和西方主观印象的“反差”、软实力和硬实力的“落差”。只有加快构建更有效力的国际传播体系，才能赢得国际舆论斗争的话语权、主动权，有效回击美国等西方国家的舆论攻击，更好展示真实、立体、全面的中国，维护我国国家形象和国家利益。

第二，构建更有效力的国际传播体系，是讲好中国故事、传播好中国声音的迫切需要。我国已经前所未有地走近世界舞台中央，世界各国更加期望深入了解中国，期盼在重大国际问题上听到来自中国的声音。党的十八大以来，习近平总书记在国际上亲自讲好中国共产党治国理政故事、中国改革发展故事、中外交交流交往友好故事等各种精彩故事，就人类社会何去何从等重大问题，提出推动构建人类命运共同体、弘扬全人类共同价值和全球发展倡议、全球安全倡议、全球文明倡议等重大主张，引起强烈反响和共鸣。只有进一步提升我国国际传播体系效力、效能，才能向国际社会和各国人民更好地宣介习近平新时代中国特色社会主义思想，让中国故事、中国声音在世界上传得更广，为推动世界各国人民携手开创人类更加美好的未来发挥更大作用。

第三，构建更有效力的国际传播体系，是进一步健全我国外宣工作机制的迫切需要。我们党历来高度重视对外传播工作。党的十八大以来，我们大力推动国际传播守正创新，理顺内宣外宣体制，打造具有国际影响力的媒体集群，积极推动中华文化走出去，初步构建起多主体、立体式的大外宣格局。同时要清醒地看到，我国在国际传播舞台上的经验还不够丰富，国际传播资源和力量还比较分散，各方面国际传播工作协同配合水平有待提升，针对不同区域、不同国家、不同群体的分众化传播能力也需要加强。解决这些问题，迫切需要构建更有效力的国际传播体系，把我们的制度优势、组织优势、人力优势、发展优势、文化优势更好地转化为国际传播优势。

构建更有效力的国际传播体系是一个系统工程，工作实践中需要把握好一些重要方面。一是完善体制机制，推动形成国际传播大格局。加强国际传播资源整合和力量统筹，深化主流媒体国际传播机制改革创新，建强适应新时代国际传播需要的专门人才队伍，推动各级领导干部、各地区各部门各方面一起做外宣工作，带动广大社会成员自觉参与国际传播，维护国家尊严形象。二是加快构建和完善中国话语和中国叙事体系。把加强习近平新时代中国特色社会主义思想宣传推介作为重中之重，持续推动习近平总书记大国领袖魅力风采在海外有效传播。加强对中国共产党的宣传阐释，讲好中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好。打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，强化国际传播学理支撑。注重把握好基调，既开放自信也谦逊谦和，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象。推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达，增强亲和力和实效性。三是不断增强中华文明传播力影响力。更加注重从文化角度推进国际传播，建设全球文明倡议践行机制，有效推动中华文化走出去，促进中外人文交流和民心相通，构建人文共同体。

（据《党的二十届三中全会〈决定〉学习辅导百问》）

大家谈

促进个体工商户健康可持续发展

史晓萍

个体工商户是推动经济社会发展的重要力量，在繁荣经济、增加就业、推动创业创新、方便群众生活等方面发挥着重要作用。促进个体工商户发展，是提升发展质量、提振发展信心的有效手段。

据统计，目前我市个体工商户总量突破20万户，带动就业40余万人，涵盖批发零售、餐饮住宿、居民服务等30余个行业，成为活跃市场、便利生活的主力军，更是承载就业、带动就业的重要载体。然而在发展过程中，个体工商户仍面临诸多困难，必须点面结合，为个体工商户提供实实在在的帮扶，促进其健康可持续发展。

把政策落实到位。各职能部门要加强政策宣讲，通过线上+线下宣讲形式，宣传解读税费减免、融资支持等利好政策，让广大个体工商户对政策充分了解，确保政策能够“看得懂、用得上”。要深入开展调查研究，及时了解个体工商户的诉求和期待，依据需求，落实政策、解决难题，提振市场信心。

分层分类精准施策。个体工商户千差万别、数量众多，广泛分布于各行各业。近年来，随着新技术、新产业、新业态、新模式的快速发展，网络直播、微商电商、知识服务等新个体经济不断涌现，各职能部门要坚持精准滴灌、立体施策，做好各类支持个体工商户发展政策措施的统筹衔接，结合实际，细化措施，推动政策直达快享，最大限度释放政策红利，激发个体工商户发展活力，为推动经济高质量发展作出积极贡献。

广大个体工商户应积极抓住政策优化带来的机遇，坚定发展信心，用好用足政策红利，秉持遵纪守法、诚信经营的理念，以优质的产品和服务赢得消费者的信赖。同时，要勇于突破传统思维和经营模式的束缚，积极投身于新技术、新模式、新业态的浪潮中，主动拥抱市场变化，吸引投资、规范管理，不断拓展发展新空间，提升自身在市场竞争中的竞争力。

个体工商户的活跃度影响着整个市场的发展成色。要进一步优化营商环境，加强权益保护，形成全社会支持个体工商户持续健康发展的良好氛围，让这一群体在市场经济中焕发更大活力。

坚持从小事小节上加强修养

刘芳池

尽小者大，慎微者著。在新时代全面从严治党的伟大实践中，习近平总书记多次提到“小事小节”这个词，把“小事小节”比喻成“一面镜子”，指出“小事小节中

有党性、有原则、有人格”，要求广大党员干部牢记“堤溃蚁孔，气泄针芒”的古训，坚持从小事小节上加强修养，从一点一滴中完善自己。

小事小节，能够映照人品、彰显党性、反映作风。在小事上守规矩，在小事上明底线，是共产党员先进性纯洁性的具体彰显。在党的百余年奋斗历程中，许多优秀党员干部以攻坚克难的实际行动诠释对党忠诚、对人民赤诚，更在点点滴滴的小事小节上坚守党性、守望初心。不给子女“特殊关照”的焦裕禄，告诫家人“不许沾公家的一点油”的谷文昌，不让家人搭“顺风车”的杨善洲等，他们之所以能够让群众时时念起、记在心上，关键在于始终把老百姓的利益放在第一位，公私分明、公而忘私，时时擦亮“小事小节”这面镜子照鉴自身，使慎小慎微成为内化于心的高度自觉。

党的纪律和作风要求从来不是抽象的概念，而是体现在党员干部的日常工作和言行中。新时代我们党抓作风建设一个重要特点就是抓细抓小，中央八项规定每条都十分具体、指向十分鲜明，看似小事小节，却以小支点撬动大变局，带动了党的作风建设整体格局的变革，推动政治生态和社会风气向上向好。当前，有地方上线了党员干部亲属涉权事项公开大数据平台，通过比对、核查，精准发现并督促整改领导干部在工程项目招标、惠农资金发放等中的优厚亲友问题，得到群众称赞；有地方建好用好“公物仓”，瞄准办公用品重复购置和浪费问题，让闲置物品在不同机关单位之间流动，腾出更多资金用于发展

所需、民生所盼。这些都表明，扭住小事小节不放松，是抓作风建设的重要方法论。

那些“看似小事”的作风问题和“微腐败”，由于发生在群众身边，往往最令群众反感，极易破坏党的形象。现实中有极少数党员干部却错误地认为小事小节“无伤大雅”。然而“祸患常积于忽微”，思想上松一寸、行动上就会散一尺。小节不慎，大节难保。一些干部就是在一包烟、一盒茶、一瓶酒、一顿饭等看似“小事小节”的作风问题上打开了“潘多拉魔盒”，模糊了公私边界，在“小恩小惠”面前失守，在“人情往来”中越界。一系列案例警示我们，党性防线上看似微小的松懈，日积月累，就会漏洞百出，最终导致廉洁防线的“大决堤”。党员干部要坚决克服小事小节“无伤大雅”的错误思想，在日常中立规矩、淬炼作风，在点滴中树形象。

境界升于自省，名节源于修养。党员干部要坚持从细微之处砥砺心志、涵养德行，在小事小节上正心明道、淬炼作风，以慎小慎微的底线思维，勤掸“思

想尘”、多思“贪欲害”、常破“心中贼”，以内无妄思确保外无妄动。主动净化自己的生活圈、交往圈、娱乐圈，把“公”字挺在前头，做到公私分明、坚守原则，切实防止“在推杯换盏中放松了警惕，在小恩小惠面前丢掉了原则，在轻歌曼舞中丧失了人格”，干干净净、心无旁骛地干事。

确保“大道”不偏离、“小节”不示范，不是“一阵子”的事，而是“一辈子”的事。正因为小节易忽、小利易染，更需要我们修于细微，既要把“尽小”作为日常功课抓细落实，也要把“慎微”作为长期自觉一以贯之，将对初心使命的坚守转化为对党的纪律的严格遵守、对职责使命的自觉担当和对群众期盼的及时回应。党员干部唯有始终坚持“尽小者大，慎微者著”的品格操守，时时擦亮“小事小节”这面镜子，以“慎微”的警觉、“尽小”的行动，多积尺寸之功，践行使命担当，才能始终保持共产党员的本色，以良好作风赢得人民群众的信赖和拥护。

（转自《人民日报》）

观点

加强党对经济工作的全面领导是我国经济发展的根本保证，坚持以人民为中心的发展思想是我国经济发展的根本立场。这“两个根本”是习近平经济思想的基石。习近平总书记从最本质特征、最大制度优势、最高政治原则、历史和人民选择等角度，深刻阐明必须坚持党对一切工作的领导。经济建设是党的中心工作，党的领导必须在中心工作中得到充分体现。人民立场是中国共产党的根本政治立场。习近平总书记从党的根本宗旨、长期执政基础、社会主义本质要求等角度，深刻阐明必须坚持发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享。“两个根本”是我国经济健康发展、政治安定团结、民族和睦兴旺、社会长期稳定的根本所在，必须始终坚持，绝对不能有丝毫动摇。

（文/李玉举 据《党建》杂志）

中国式现代化的推进必然伴随着与之相应的文化传播。通过弘扬与中国式现代化相对应的新时代中国特色社会主义文化，用适应网络时代传播规律的形式展现能够体现中华文明历史、中华民族精神的丰富元素，向全世界更好展示中国的文明大国形象、东方大国形象、负责任大国形象、社会主义大国形象。可以推动中国更好与世界对话，更加广泛开展形式多样的国际人文交流合作，推动更多富有历史文化底蕴、反映当代中国生活、具备国际文化视野的作品走向国门，以更加开放包容的态度积极主动学习借鉴人类优秀文明成果，创造一批熔铸古今、汇通中外的文化成果，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力。

（文/简小文 据《光明日报》）



王鹏 作（新华社发）

近日，工信部等八部门联合印发《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026年）》，提出2025年力争实现全年汽车销量3230万辆左右，其中新能源汽车销量1550万辆左右。政策从扩大消费、提升供给、优化环境、开放合作四方面推出60余项举措，旨在通过供需协同推动行业量质齐升。近年来，我国的新能源汽车产业高速发展，产销量连续多年稳居全球第一位。但也要看到，我国汽车产业仍面临海外竞争加剧、国内需求不足及市场无序竞争等多重挑战。接下来，政府部门应加强成本监测与账款监管，遏制“内卷式”竞争，引导企业聚焦技术突破与价值创造；企业需加速攻克芯片、固态电池等关键技术。此外，基础设施运营商也应协力完善充电基础设施与数据安全立法，共同推动汽车产业健康可持续发展。

（文：时锋 来源：《经济日报》）

把文旅资源优势转化为产业发展胜势

王向阳

专题思考

一个地区拥有丰富的文旅资源，并不意味着“靠山吃山、靠水吃水”就必然实现产业繁荣。当前很多地区文旅资源开发正面临着“有资源无品牌”“有景点无产业”“有游客无消费”等现实困境，文旅产业发展处在了新旧动能转换升级的关键窗口期。一方面，居民消费结构升级带来沉浸式、互动式、多频次出游需求井喷；另一方面，数字技术、绿色金融、IP运营等新要素加速渗透，为资源价值重估提供了前所未有的工具箱。谁能强化市场思维，抓实重点项目，率先打通“资源—资产—资本—产业”的增值链路，把文旅资源优势转化为产业发展胜势，谁就能在新一轮区域竞争中抢占制高点，形成风景引流、文化铸魂、科技赋能、产业变现的良性循环，真正把山水人文的高颜值转化为经济发展的高产值。而这需要重点处理好以下六对发展关系。

避免生态与文化价值损耗，处理好开发强度与保护力度的关系。过度商业化开发现象屡见不鲜，容易导致自然景观破坏和传统文化失真。必须坚守保护优先原则，科学划定开发红线，建立资源承载力预警机制，推广低碳运营与数字化展示技术，实现文旅资源的可持续利用与原真性保护。同时，构建生

态补偿机制，通过政策激励引导企业采用环保材料、绿色施工工艺，并设立社区参与式保护基金，让当地居民成为文化守护者与受益方，形成“保护—利用—反哺”的良性循环。此外，还需引入第三方评估机构，对开发项目进行持续性环境影响独立评价，确保保护措施得到有效执行。

打破靠资源吃资源路径依赖，处理好政府统筹与市场运作的关系。既不能政府大包大揽、限制市场活力，也不能放任自流、导致无序竞争。政府应侧重规划引导、政策配套和市场监管；市场则需发挥主体作用，激发企业创新和产品多元化，形成政府与市场“双轮驱动”的良性格局。在此基础上建立动态评估机制，定期发布产业投资导向目录，对低效重复项目实施退出机制，并通过特许经营、PPP模式引入社会资本参与基础设施运营，降低公共财政压力。政府应设立文旅产业基金，为创新型中小企业提供种子资金和信用背书，降低市场试错成本。

破解门票经济困局，处理好单一观光与多元体验的关系。传统依赖门票收入的模式抗风险能力弱、附加值低。应积极推进文旅融合与业态创新，延伸消费链条，发展夜间经济、文创产业、沉浸式体验等，打造复合型消费场景，提升游客停留时间和消费水平。构建时间消费管控体系，通过主题线路的分

时预约、会员积分兑换等方式，将游客从打卡式流动转化为驻留式体验，并开发可带走的数字藏品，在地风味订阅服务等长尾消费产品。建立游客消费反馈机制，实时调整产品供给，确保体验内容与市场需求同步迭代。

应对同质化竞争挑战，处理好特色化塑造与规模化发展的关系。跟风开发导致“千镇一面”“千景一样”问题突出。要深挖在地文化独特性，聚焦差异化定位与品牌打造，同时适时推动集群化、区域协同发展，实现特色引领与规模效应共同提升。建立文化基因图谱数据库，对非遗技艺、方言、民俗进行数字化编码，形成可授权IP库，并通过跨区域授权合作，让独特文化符号在更大范围内实现价值变现，避免规模扩张稀释原生魅力。设立区域文旅品牌运营中心，统一标准、统一营销，确保特色IP在扩张过程中不被异化。

消除硬件过剩、软件不足短板，处理好设施建设与服务提升的关系。很多地区设施投入巨大，但服务水平滞后。应在完善基础设施的同时，强化人才队伍建设，服务标准制定和数字化管理应用，打造高效、友好、智慧的服务体验系统。更重要的是，需引入服务设计理念，整合游客动线、情感曲线与员工培训、社区参与，通过微表情识别、多语言AI客服等技术实时响应需求，并把服务评价与运营商资质年审挂钩，

形成软硬一体、持续进化的服务生态。此外，还应建立服务人才共享池，通过区域间人力调配，缓解旺季服务压力，提升整体服务效率。

增强产业抗风险与持续创新能力，处理好传统运营与现代转型的关系。不能继续依赖传统推介和运营方式，应加快数字化转型，积极运用新媒体营销、智慧旅游管理、IP产业化开发等新模式，构建持续创新、动态迭代的文旅运营新体系。与此同时要建立数据回流机制，把游客消费、社交反馈、位置热力等数据实时沉淀到公共数据湖，通过AI预测模型指导产品迭代、价格策略和危机预警，并设立产业创新实验室，鼓励中小微企业在开放数据接口上开发轻量级应用，形成大中小企业共生、线上线下融合的“数字创新雨林”。建立文旅产业风险储备金，用于突发事件后的市场恢复和产品重组，确保产业在面临外部冲击时具备快速恢复能力。

总之，推动文旅产业高质量发展，关键在于树立新发展理念、突破机制体制瓶颈、实现系统根本创新。只有立足问题、精准施策，统筹处理好以上六对关系，才能避免陷入一流资源、二流开发、三流服务的困境，真正将文旅禀赋转化为产业长久胜势，把文旅产业打造成地方高质量发展发展的战略性支柱产业、民生产业和幸福产业。

（作者单位：市委党校）