

“江海汇”是城市自信的体现



热评

据媒体报道，“江海汇·江海制造形象店”（以下简称“江海汇”）全国首店已在8月10日正式登陆深圳市福田区10万平方米规模的世界级购物中心皇庭广场，这是一个江海制造的展示和直销平台，旨在打造“不求盈利、直销精品”的模式。“江海汇”开设在众多中高端国际品牌旗舰店周边，显得尤为耀眼。

论经济体量，无论是江门还是江海，都要称深圳一声“老大哥”，但并不妨碍我们在“老大哥”面前“秀肌肉”、展现自信，进而寻求合作进

步，达到“小手牵大手”的目的。这方面，江门市内早已形成共识并打下一定基础，早几年布局的“深圳总部+江门基地”“深圳研发+江门生产”“深圳服务+江门制造”的跨市战略组合已初见成效，也大手笔规划建设了深江经济合作区。数据显示，过去三年，有多个深圳亿元项目投向江门，总投资超780亿元。特别是深中通道开通以后，珠江口东西两岸的人流、物流、资金流、信息流等各类要素空前交汇交融，江门比以往任何时候都更有热情、更有底气、更有优势去抢抓“大桥经济”的黄金机遇。

在这个大背景大趋势下，笔者认为，围绕“让深圳人认识江门”去布局是行之有效的办法。众所周知，不仅是珠三角城市，全国各地都

在“虎视眈眈”深圳外溢的产业，许多地方长期派驻专业的招商专员在深圳系统化深耕挖掘。客观来说，相较于国内的一二线城市或者网红城市，正在爬坡越坎的江门知名度稍显逊色，这跟江门人“朴实内敛”的传统气质有一定关系。但在城市竞争日益白热化的时候，江门要想奋起直追脱颖而出，与其背后“刺刀见红”不如搞“阳谋”，在深圳这些超一线城市主动出击自信亮相，在繁华之地展现江门独特的魅力，表明“深圳所需，江门所能”的积极姿态。“江海汇”正是这样一次大胆而有益的尝试，其既是一个营销城市环境的敞亮窗口，又是推广销售本土制造的途径，还可以是招商洽谈的高大上平台，这种做法的确彰显了江门唯一国家高新区的卓越

眼光和创新实力。

据了解，“江海汇”的运营方是江门高新区的国资公司，一定程度上体现官方的投意和推动。国企的担当一方面是肩负着破冰探索的重任，另一方面是利用其殷实的大平台可以高效链接江海乃至江门全市各项资源，因此，“江海汇”才会源源不断摆上物美价廉的“江海制造”。在不断整合终端优势的情况下，“江海汇”或许可以探索出可观的盈利模式，实现自身良性循环，这将为接下来的复制推广提供很好的借鉴样板。

笔者期待这样的样板早日成功，期待“江海汇”开设到更多的一线城市，更期待江门更多的地方自信走出去，理直气壮、气势如虹地把中国侨都的美名传播开来。

听江看门

以消费券为媒 推动文旅热度持续攀升

在这个热情似火的暑假，广东文旅拿出真金白银——价值800万元的消费补贴券，不仅让消费者得到实惠，也为“热辣滚烫”的文旅市场再添一把火，助推消费潜力持续释放。

对于消费者来说，使用消费券，可以直接降低消费者的旅行成本，刺激旅游意愿，增加旅游消费。这种价格优势对于预算有限的家庭和学生群体尤为吸引，有助于促进旅游市场的热度。同时，也鼓励消费者尝试不同类型的旅游产品和服务，包括从传统的景点游览到深度的文化体验，从时尚都市游到休闲乡村游等多样化的旅游方式。这种多样化的需求也推动旅游产业的创新发展，促进旅游企业提供更加丰富多样的产品和服务，满足游客的个性化、多元化需求。

对于文旅企业来说，在消费券的激励下，文旅企业为了吸引消费者，将更加注重服务质量的提升和产品创新，这有利于提高旅游整体服务水平。

从宏观的角度来看，消费券还可以间接带动更广泛的经济活动，从而增强地区的经济活力，带动相关服务业的就业，形成经济和社会效益的“双重循环”。

消费券是促进经济和旅游业发展的有效工具，但仅靠消费券是远远不够的，各地还要丰富文旅供给，提升服务质量。

为满足大众需求，丰富暑期供给，江门文旅今年也准备了丰富的“文旅大餐”。比如，第四届江门艺术季推出50多项精彩活动；7月中旬起，赤坎华侨古镇“这个夏天·赤坎好戏”开演，众多节目全新上线，带来每天超50场的演艺活动；古兜温泉旅游度假区除了准备丰富的活动，还对景区进行升级，新增热带雨林特色游玩区域，让游客体验热带雨林的生态魅力；江门三点下午茶公交线路也在近日正式启动试运行，市民游客可以在公交上享受精致的下午茶，沿途欣赏江门独特的侨乡风光。丰富的文旅供给，让江门出圈出彩，吸引越来越多游客到江门旅游。

旅游业是具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。暑期文旅消费火热，说明供需两旺、双向契合。以消费券为媒，推动文旅热度持续攀升，必将激发消费潜力不断释放，进一步提振市场信心。

李银换

讲好江门文旅的“灵魂”故事

观点

今年暑假，在深中通道通车和“请到广东过暑假”主题活动等的加持下，江门旅游市场相当火爆。据媒体报道，江门站暑运前两周末累计到达旅客超18万人次，其中发送旅客8.5万人次，到达旅客9.6万人次，日均到达旅客近1.3万人次，较去年同期增长6.17%。

今年暑假，江门为接待暑期旅游带来的巨大“流量”，端出了特色“文旅大餐”，推出了丰富多彩的文旅活动和惠民措施，以满足游客旺盛的文旅消费需求，激发消费新活力。

江门自然禀赋优越，旅游资源富集，揽山水之美，得人文之韵，是一座妥妥的“宝藏城市”。据媒体报道，暑假这波旅游热潮中，江门的海边、水乡等都颇受欢迎，景区活动也丰富多彩。然而，笔者发现，从游客聚集的地方和景区的活动来看，江门这波旅游热潮“文”的元素仍然不够多。

江门文旅除了景外，还有重要的一块内容或者说品牌——“文”，包括这里的历史，这里的侨乡文化、华侨文化。比如位于开平的世界文化遗产——开平碉楼与村落，位于新会的宋元崖门海战文化旅游区，以及位于蓬江的中国侨都华侨华人博物馆等，都非常值得一看。

以前，人文方面的内容，大家关注得不够多，想通过人文来吸引游客、留住游客，也许比较难；但现在的人越来越关注人文。所以，如果人文方面做得好，不仅可以吸引、留住游客，

而且可以产生持续效应。比如，笔者曾多次参观开平的碉楼与村落，每次听到导游或者当地人讲解一座碉楼或者一个村落的故事时，总有一种“原来背后还有那么多故事”的感觉，感觉自己知道的还是太少了，总想多停留一会，多了解一些当地的人文底蕴。

党的二十大报告指出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展；党的二十届三中全会指出，健全文化和旅游深度融合体制机制。江门文旅想要进一步吸引、留住游客，就要做到以文塑旅、以旅彰文。笔者认为，这个过程既强调“塑形”，更强调“注魂”，要进一步提升做好人文文章，讲好文旅的“灵魂”故事。

一要深入挖掘人文景区（景点、项目）的精神内核。比如赤坎华侨古镇的背后就有当年侨胞如何建设家乡的良性竞争故事，开平的碉楼与村落背后就有中国和谐人居的故事，等等。

二要把人文精神内核通过生动形式展示出来。目前，一些地方已经在尝试，比如赤坎华侨古镇就在景区舞台推出与侨乡由来有关的剧目等，让游客通过看剧，更深刻感受古镇的魅力。

三要培养熟悉当地人文历史的导游队伍。我们要通过导游把江门的人文故事讲给游客听，让游客知道景区（景点、项目）背后的精神内核，感受到当地的人文魅力，留下更深刻的记忆，从而吸引他们第二次、第三次甚至更多次来江门。

笔者相信，随着江门文旅“注魂”工作的不断深入，江门“文”的品牌会进一步彰显，江门文旅也一定会迎来新的发展篇章。

余言不多余



警惕“水军”

近期，河南新乡警方成功摧毁了一个拥有大量“网红”“大V”账号的特大“网络水军”犯罪团伙，抓获犯罪嫌疑人276人，涉案金额达5000万元。

记者调查发现，近年来，一些不法人员人为制造热搜，通过虚假流量误导公众，扰乱网络生态。

新华社发

《侨都·时评》版投稿：jmr@163.com
请注明作者姓名、电话、地址，并附上银行账户。

专题

新闻编辑中心主编 责编/方雨平 美编/方雨平

江门人社系统扎实开展“人社服务进万家”党员先锋专项行动 让政策下到基层一线 使服务走进群众心坎

人社事务千丝万缕，事事关乎民生，件件连着百姓。

2024年，我市人社系统扎实开展“人社服务进万家”党员先锋专项行动，将政策、服务、人才、补贴送进企业（社会组织）、工业园区、村（社区）以及机关事业单位，推动人社政务服务全链条贯通，真正走进千家万户，为广大企业和群众带去便捷、优质的服务体验和直接、实在的获得感。

据统计，今年1—7月，“人社服务进万家”行动服务企业超1500家次、举办各类活动超180场次、收集和解决企业诉求95个，先后举办了3场政策宣讲会，“线上+线下”超23万人次收听收看，得到了企业和社会的广泛好评和认可。



江门人社部门走进企业，开展消防应急演练及工伤预防演练。



江门人社部门举办“人社服务进万家”五金及不锈钢制品产业集群发展政策宣讲会。



“人社服务进万家”行动走进蓬江区，推动政策直达企业。

走近群众 人社服务“送到身边”

人社服务好不好，服务对象说了算；政策宣传够不够，群众感受最真切。全市人社系统围绕群众关心的问题，主动走进村居、走进家门，为群众送政策、送服务、答疑解惑。

7月18日，工伤保险宣传活动在蓬江区骑行之家工会（濠畔街）举办，为外卖骑手、快递员等“户外奔跑者”送上《工伤保险条例》政策宣传册及防暑用品。现场还提供“一对一”政策讲解服务，切实增强劳动者维护自身工伤保险权益的意识。外卖骑手何先生说：“这样的宣讲挺好的，工作人员的了解让我对参保政策有了更深入的了解。”

记者了解到，市人力资源社会保障局还对全市重点企业单位组织消防应急演练培训，依托移动VR智慧基地开展“点餐式”工伤预防宣传，与建筑业协会合作对在在建工程项目开展工伤预防培训。“企业和员工对培训给予高度认可，广东锦隆实业有限公司还向我们赠送锦旗表示对工伤预防工作的肯定。”市人力资源社会保障局相关负责人表示。

社会保险是实现老有所养、病有所医、伤有所助、失业有保障的基础。为引导更多群众积极参加社会保险，让社保政策广为人知，在市人力资源社会保障局的指导下，各县（市、区）社保局以群众需求为导向，结合地区特色，全力实施“社保服务进万家”行动，推动社保政策宣传落实落地。

其中，鹤山通过《法治鹤山》电台栏目开展社保政策直播讲解，围绕群众普遍关注的高频社保业务，现场宣讲社保政策、答疑解惑，倾听群众意见建议。恩平注重传统节日与社保宣传相结合，走进敬老院开展宣传活动，并协助老年人开展养老资格认证。

此外，我市征集参保人参加养老金测算活动，让其直观感受“多缴多得、长缴多得”的好处，引导更多群众积极参加社会保险。同时，鼓励农村灵活就业人员、进城务工人员、有能力的城乡居民等各类人员积极参加企业养老保险，促进参保工作实现质的有效提升和量的持续增长。

截至今年7月份，我市增加3.29万人参加企业养老保险，提升比例2.81%，参加企业职工基本养老保险职工人数完成比例排名全省第3。

服务企业 惠企政策“触手可及”

7月22日，“人社服务进万家”行动走进蓬江区司前镇，倾听我市中部八镇五金及不锈钢制品产业集群商协会和企业诉求。其中，司前青年商会副会长杨柏兴建议结合企业实际培养对实用、实用的人才，收到诉求后，市人力资源社会保障局第一时间响应，于8月9日开展“人社服务进万家”——“园区技校”走进产业链活动，帮助产业链企业开展人才培养。

“人社服务进万家”行动启动以来，我市人社部门建立“首席服务员”和“服务专员”队伍，组织党员干部结对联系26家社会组织（商会、协会）、工业200强企业、761家优质工业企业，并建立诉求解决闭环机制，对企业提出诉求及时回应和解决，推动人社政策和服务直达企业。

银都拉玛（开平）高性能纤维有限公司（以下简称“银都拉玛”）是一家大型聚酯工业纤维与织物制造企业，员工人数超1000人。今年上半年，该公司提出领导力沙盘培训的需求，希望人社部门可以邀请有制造业工作经验的老师进行授课，以提高生产主管、技术员、班组长管理能力、专业技能及沟通能力等。

收到企业诉求后，人社部门及时安排培训导师走进银都拉玛，开展“园区技校·一企一案”培训。此外，为满足园区企业

的用工需求，人社部门还在开平市翠山湖产业园区开展新时代下企业用工风险防范培训，银都拉玛也参加了培训。

培训不仅让学员掌握了前沿的管理理念，还提升了他们的专业技能，为企业的长远发展奠定了坚实的管理基石，也为企业高质量发展注入了新的活力。“银都拉玛相关负责人说。

针对企业关注的就业、人才、社会保险、劳动关系等领域的“热点”政策和问题，我市人社部门制作并广泛发布政策宣传文档和解读视频，举办政策宣讲会，引导企业牢固树立知法、懂法、守法、用法意识。

今年以来，“人社服务进万家”行动累计上门服务企业超550家次，得到企业的一致好评。民乐管业（江门）有限公司人力资源部经理彭金龙说，人社部门将政策和服务送进企业，同时让企业家聚在一起，共同探讨、解决企业在运营中遇到的困难，对推动行业发展非常有意义。

此外，市人力资源社会保障局充分发挥广东江门人力资源服务产业园集聚优势，发动产业园入驻机构精准对接县（市、区）用人单位引才需求，创新组建“人力资源讲师团”，提升人力资源服务行业从业者综合素质，助力企业高效引进产业人才。

聚焦用工 构建和谐劳动关系

健康和谐劳动关系是社会稳定、经济发展的基石。今年以来，江门在开展“人社服务进万家”行动的基础上，创新推出“全链条”劳动关系体检，帮助企业依法建立和完善劳动规章制度、规范劳动用工，构建和谐劳动关系，赋能企业高质量发展。

记者了解到，“全链条”劳动关系体检重点服务我市工业200强企业、欠薪线索及舆情反复的企业。该服务会根据企业的关键指标定制“体检套餐”，选派资深劳动保障监察员担任“体检医生”，深入企业、在建项目提供劳动关系体检服务。

“体检”结束后，劳动保障监察员现场出具书面“体检报告”，帮助企业依法建立和完善劳动规章制度，促进企业用工管理的规范化和法治化，保障员工合法权益。”市人力资源社会保障局相关负责人表示，“体检”后还会安排专人回访，了解企业劳动用工最新现状以及“体检”效果，持续指导企业提高用工管理水平。

江门某电子公司是市首家接受“体检”的企业。“体检”过程中，该企业自觉展现用工管理“状况”，就

“体检”中发现的风险积极开展整改，并主动向人社部门反馈整改成效。后续回访发现，该企业欠薪线索下降、劳动合同签订进一步规范完善，“体检”取得一定成效。

为促进劳动关系和谐稳定，人社部门还以“江门劳动法学堂”为牵引，形成“1+7”劳动法律法规宣传体系，通过上下联动，有效增强用人单位的依法规范用工意识，引导劳动者依法理性维权；举办仲裁志愿者经验交流座谈会，提升青年仲裁员业务技能，增强青年仲裁志愿者联系企业活动的服务质量和效率，进一步做好“抓前端防未病”，助力法治化营商环境建设。

“针对不同企业、行业的特点，我们会开展不同的普法宣传活动，注重理论与实践结合。”市人力资源社会保障局相关负责人说，人社部门主要以普法讲座、以案释法、“青仲”讲堂等理论课，辅之以用工“体检”、庭审观摩等实践课，以点带面开展劳动法律法规宣传，帮助企业梳理解决劳动用工管理中的重点难点问题，切实构建健康和谐稳定的劳动关系。