

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

三维发力让党的创新理论“飞入寻常百姓家”

◎董莉娜 葛光敏

理论创新每前进一步,理论武装就要跟进一步。党的创新理论是我们党武装头脑、指导实践、推动工作的“指南针”。推动党的创新理论“飞入寻常百姓家”,需从传播形式、内容供给、人才支撑三个维度协同发力,让理论从“书面语”变成“家常话”,从“文件里”走进“生活中”,最大化放大主流理论的声音。

创新传播形式,让宣传效果有“质”更有“效”

信息时代,互联网已成为意识形态领域斗争的主阵地、主战场和最前沿。“要增强传播手段和话语方式创新,让党的创新理论‘飞入寻常百姓家’。”习近平总书记的这一重要论述,为新时代党的创新理论的网上传播提供了深刻而科学的方法论指引。面对传播格局的深刻变革,党的创新理论传播必须主动适应时代发

展趋势与受众接受规律,通过打造功能互补、协同联动的全媒体传播矩阵,推动理论宣传实现全平台覆盖、网格化渗透,让党的创新理论真正走进千家万户。

从传播载体创新来看,可通过文字、图片、音频、视频、H5、VR等形式,在不同平台精准触达各类群体,拓展理论传播的广度与覆盖面。例如,青年群体更倾向

于通过短视频、动漫等可视化载体获取信息,而中老年群体可能更适应广播、图文等传统形式。这种精准匹配不仅拓展了理论传播的广度,更通过“媒介适配”降低了信息解码的认知成本。从提升传播效能分析,当前受众尤其是青年群体更习惯通过移动端、碎片化方式获取信息,这要求理论传播必须实现内容形态

的创造性转化和创新性发展,将抽象的理论内核转化为具象表达,通过动漫、情景剧等群众喜闻乐见的形式解构理论背后的逻辑,把复杂内容通俗化、深奥道理简单化。这种转化不仅契合受众的媒介使用习惯,更能有效降低理论理解门槛,增强受众的参与感与获得感,最终实现理论宣传质量与传播效能的双重提升。

追求供需平衡,让传播内容走“深”更走“实”

党的二十届三中全会提出“建立优质文化资源直达基层机制”,是优化文化服务和文化产品供给机制的具体做法。这一机制既强调文化资源质量,重点解决公共文化产品“好不好”的问题;又强调供给方式,明确要让优质文化资源与老百姓“直接见面”。党的创新理论大众化传播要紧扣人民群众关心关注的热点难点堵点问

题,积极回应基层所想、群众所惑、百姓所盼,对宣传内容进行“精准加工”,将枯燥无味的“文件语言”变成富有“百姓味道”“时代味道”的生动讲述。唯有如此,才能让党的创新理论“接地气”“冒热气”,从根本上提升党的创新理论的说服力,使老百姓对党的创新理论“可感可亲可信可敬”。宣传方式上要“活”,借助基层群众

各类文化活动推送党的创新理论,鼓励各级各类文化单位与城乡基层“结对子、种文化”,开展全民文化普及,推动群众文艺精品创作,实现理论宣传“润物细无声”的效果。要通过进一步推广“订单式”“菜单式”“预约式”服务,了解群众文化需求,为广大基层群众提供更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的公共文化

服务,增强人们的文化获得感、幸福感。例如,针对基层理论宣讲“离得远”“不对路”的问题,潍坊市探索建立“菜单式”宣讲模式,组织宣讲大调研、面对面交流“备好餐、把准脉”,进一步完善基层理论文化资源供需对接,将政策理论、主流思想“精准滴灌”在群众心坎中,面向不同群众做出不同的“特色菜”“定制餐”。

建强人才队伍,让宣传力量向“多”更向“好”

党的创新理论大众化传播的关键环节之一,在于破解“传播主体”的结构性问题,其核心要义在于确立并激活基层群众在理论传播中的主体性地位。这要求我们突破传统宣传模式中“单向输出”的局限,立足社会结构的多元性与基层实践的丰富性,从道德模范、教师、医生、致富能手、创业青年、“五老”人员、工匠艺人、草根名嘴等不同职业群体中,系统性发掘和培育具有原生传播力的“百姓宣讲员”,构建起扎根一线、贴近群众的传播网络。这些“原生传播者”的优势在

于拥有“同群效应”,其话语体系、生活经验与受众高度契合,能有效降低“传播隔阂”。例如,潍坊市聚焦宣讲主体多元化、宣讲语言群众化、宣讲方式立体化,开展领导干部“带头讲”、青年群体“特色讲”、百姓骨干“深入讲”、“五老”队伍“灵活讲”、“巾帼”力量“融景讲”等多种形式分众化宣讲,这种多层次传播网络使理论在不同社会群体中形成“共振效应”,进而形成了上下联动、层层推进、全面覆盖的浓厚宣讲氛围。

全媒体时代的理论传播需要既懂

马克思主义理论,又通数字技术的复合型人才,这一要求的理论依据在于“技术与内容的辩证统一”:技术是手段,内容是核心,二者的融合才能实现“1+1>2”的效能。党的二十届三中全会提出,加快适应信息技术迅猛发展新形势,培育形成规模宏大的优秀文化人才队伍。其深层逻辑在于:只有当传播者既坚守“党性原则”又掌握“技术工具”,才能在复杂舆论环境中把握导向,使党的创新理论在“技术赋能”中保持生命力。

党的创新理论大众化传播是一项系统工程,传播形式创新解决“怎么传”的问题,内容供给优化解决“传什么”的问题,人才队伍建设解决“谁来传”的问题。三者既各有侧重,又相互支撑,共同构成“形式-内容-主体”的三维框架。在实践中,需始终以“理论科学性”为根基、以“群众接受度”为导向、以“时代适应性”为目标,使党的创新理论真正成为凝聚人心、汇聚民力的强大思想武器。

(作者单位:潍坊市宣传文化服务中心)

培育更多高素质“新农人”

——探究寿光青年返乡创业的“四重”因素

◎王志婷

契合国家乡村振兴战略,又为全国县域农业现代化提供了可复制的“寿光模式”。“85后”东北财经大学硕士研究生周金江,毕业后放弃深圳高薪工作,选择回到寿光,投身到乡村振兴的新战场。他结合产业情况和市场需求,发挥家乡特色资源优势,找准利于发展的产业赛道,如今成为当地有名的“硕士农民”。在周金江看来,乡村振兴的好政策是吸引他回乡创业的主要因素之一,不论是土地流转承包还是系列惠农政策的实施,都让他看到了一个广阔的发展平台。党的二十大报告中“全面推进乡村振兴,坚持农业农村优先发展”等内容,更加坚定了他创业的决心,并将以发展农业产业为核心,不断推动产业提质扩量增效,为乡村振兴贡献力量。

乡村机遇吸引,发展空间更广

随着经济增速放缓,城市青年不得不面对激烈竞争压力,主要体现在以下几个方面:更快的生活节奏、更重的工作压力、更大的职场竞争、更高的生活成本。这种压力形成一股强大的“推力”,促使越来越多青年重新考虑自己的生存发展空间,目光投向了乡村振兴中的广阔天地,“逃离北上广”从调侃变为现实选择。与城市竞争压力形成鲜明对比的是,当代乡村正以前所未有的开放姿态和发展潜力,形成强大的“拉力”。这种拉力不是单一因素的作用,而是由政策扶持、产业空间、技术赋能和价值实现等方面构成的“机遇矩阵”,吸引着那些在城市压力下寻求突破的青年。乡村人才振兴的关键,就是要让更多人才愿意来、留得住、干得好、能出彩。近年来,寿光蔬菜产业从传统大棚到“5G+智慧农业”,产业链

向深加工、电商直播、农业旅游延伸,为“新农人”提供了创业新机遇,寿光电商运营、冷链物流、品牌策划等岗位收入已接近城市白领水平。许多寿光青年用返乡创业的成功故事,证明了乡村确实可以成为实现人生目标的广阔天地。

乡村功能提升,自我价值驱动

深入实施乡村振兴战略、加快推动县域经济发展,是促进区域协调发展、实现农民增收致富的重要基础。近年来,寿光乡村振兴方面成果斐然,80%的村达到美丽乡村省定B级标准,2024年“整县域推进乡村生态振兴”成效获评全省首批试点县市区第一名。寿光乡村宛如一颗璀璨明珠,其发展模式与成就备受瞩目,从产业基础夯实到配套设施健全,从生态环境优化到公共服务提升,为青年返乡创业搭建起广阔坚实的舞台。强大的产业功能,提供了广阔的创业空间和丰富的创业项目选择,无论是投身传统蔬菜产业的升级改造,还是开拓农产品精深加工、电商销售等新兴领域,都有足够的发展机遇。完善的配套设施,解决了创业后顾之忧。便捷的交通和物流让农产品的运输和销售更加顺畅。良好的通信网络则为互联网技术开展业务提供了保障。优化的生态功能,使得乡村成为宜居宜业的乐土,也为发展生态农业、休闲农业等提供了得天独厚的条件。完善的公共服务,让他们及其家人在乡村能够享受优质的教育、医疗和文化资源。在寿光这片充满希望的土地上,青年愿意向下扎根,有的学成后又返乡寻“根”搞建设,用行动延展着乡村发展的“枝叶”;有的“根”在城市,来乡村探索新事业,愿意为乡村发展助力。“新农人”通过自己的努

力和创新,实现着自我价值,推动寿光乡村向更高质量、更可持续的方向发展,共同谱写乡村振兴的壮丽篇章。

家乡比较优势,个人回归需求

寿光作为“中国蔬菜之乡”,历经数十年发展,已形成从育种、种植到加工、销售的完整蔬菜产业生态。全市拥有蔬菜大棚15.7万个,年产450万吨,年交易蔬菜约900万吨,搭建起全国最大的蔬菜批发市场和电商交易平台。这种产业集群效应为青年创业提供了“站在巨人肩膀上”的便利,创业初期无需从零构建供应链,可直接对接本地种植企业、农资供应商、物流服务商,降低了原材料采购与流通成本。成长于农村家庭的寿光青年,对父辈“面朝黄土背朝天”的辛劳有着切身体会,他们目睹了传统种植模式的局限。许多人在城市打拼,对家乡思念之情愈发浓烈,渴望回到家乡,一方面用自己的所学所知为家乡的发展贡献力量,另一方面也能在熟悉的环境中享受家庭的温暖和亲情的慰藉。青年返乡后,将城市经验与寿光资源相结合,催生出了“智慧大棚+直播电商”“休闲采摘+研学教育”等一系列新业态,推动寿光农业从“规模扩张”向“质量效益”转型。同时,他们的成功又吸引更多“新农人”,形成创业带动就业、就业促进创业的良好性循环。

新农人之“新”,不仅在于身份之新,更在于他们的技能、理念、思维之新。青年返乡创业有助于青年人才在更好参与农业农村建设的同时实现自身人生价值,促进现代农业蓬勃发展,在全面推进乡村振兴各方面发挥重要作用。

(作者单位:寿光市委党校)

来论

更好激发民营经济发展活力

◎丛秉政

阅读提示

《中华人民共和国民营经济促进法》是我国首部专门关于民营经济发展的基础性法律,于今年5月20日起施行。各级要贯彻落实好民营经济促进法,推动各项支持保障举措落实落细,进一步优化民营经济发展环境,保证各类经济组织公平竞争,促进民营经济健康发展和民营经济人士健康成长,更好激发民营经济发展活力,发挥民营经济在国民经济和社会发展中的重要作用。

民营经济是推进中国式现代化的生力军,是高质量发展的重要基础。改革开放以来,我国民营经济从小到大、从弱到强,不断发展壮大,成为国民经济的重要组成部分,在推动发展、促进创新、增加就业、改善民生等方面发挥着重要作用。

党的十八大以来,党中央出台一系列重大举措,促进民营经济持续、健康、高质量发展。党中央就“保证各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护”“支持民营企业发展,激发各类市场主体活力”“优化民营企业发展环境,依法保护民营企业产权和企业家权益”等作出一系列决策部署,并将“两个毫不动摇”写入新时代坚持和发展中国特色社会主义的基本方略。2018年11月、2025年2月,习近平总书记两次出席民营企业座谈会并发表重要讲话,鲜明指出新时代新征程民营经济发展前景广阔、大有可为,对促进民营经济健康发展、高质量发展作出全面部署,为制定民营经济促进法提供了根本遵循。党的二十大明确提出“优化民营企业发展环境,依法保护民营企业产权和企业家权益,促进民营经济发展壮大”,对民营经济工作提出了新要求。2023年7月,中共中央、国务院印发关于促进民营经济发展壮大的意见,从总体要求、持续优化民营经济发展环境、加大对民营经济政策支持力度、强化民营经济高质量发展法治保障、着力推动民营经济实现高质量发展、促进民营经济人士健康成长、持续营造关心促进民营经济发展壮大社会氛围、培育尊重民营经济创新创业的舆论环境,更好推动全市民营经济健康发展、高质量发展。

增值税法下税务处理变化探析

◎韩晓露

阅读提示

增值税立法之后,货物相关的拟制应税交易表述从“视同销售货物”调整为“视同应税交易”,其范围也从立法前的八项缩减至两项。在“消失”的六项中,“货物代销、投资与分配”的税务处理方式变化,成为实务中纳税人关注的焦点。

“将货物交付其他单位或者个人代销”和“销售代销货物”立法后的税务处理。《增值税法》未将“将货物交付其他单位或者个人代销”和“销售代销货物”纳入货物“视同应税交易”项目,这标志着委托代销货物的增值税管理告别了“视同搭桥”的模式,回归业务本质。以“A将货物交付B代销,B再将货物销售给C”的典型场景为例,结合《<企业会计准则第14号——收入>应用指南》的执行标准,本着实质重于形式的原则,可分以下两种情况处理。

一种是采用视同买断方式委托代销货物,视同买断方式的代销,是指由委托方和受托方签订协议,委托方按协议价收取所代销的货款,受托方可自主确定实际售价,且实际售价与协议价的差额归受托方所有。如果委托方和受托方之间的协议明确标明,受托方在取得代销商品后,无论是否能够卖出、是否获利,均与委托方无关,那么委托方和受托方之间的代销商品交易,与委托方直接销售商品给受托方没有实质区别。此种情况下,委托方A将货物交付给B代销时,实质为向B销售货物,本着实质重于形式的原则,应按“销售货物”为B开具发票;受托方B将货物代销给C时,实质为向C销售货物,本着实质重于形式的原则,应按双方确定的销售额以“销售货物”为C开具发票。

另一种是采用收取手续费方式委托代销货物,收取手续费方式的代销,是指受托方仅收取固定手续费,无代销货物的定价权,需按委托方规定的价格销售并与之结算货款的销售方式。此种情况下,受托方B仅就其提供的代销服务纳税,依“经纪代

(作者单位:山东省税务干部学校)

投稿邮箱:wfrb1801@163.com