

论点论知

“三严三实”是砥砺党性锤炼作风的永恒考题

■林伟

“严以修身，严以用权，严以律己”，“谋事要实，创业要实，做人要实”。这是习近平总书记2014年3月在参加全国人大安徽代表团审议时，对领导干部的新要求。四年来，以严和实的精神砥砺党性、锤炼作风、磨炼意志、锻炼本领，党风政风持续好转，社会风气随之改善，广大党员干部焕发出干事创业的崭新风貌，全党全国各族人民凝聚起干事创业的磅礴之力。

四年来的实践证明，习近平总书记提出的“三严三实”，不仅囊括了我们党对领导干部的所有要求，也饱含着人民群众对领导干部的所有期盼，更饱含着对各级领导干部的关爱和提醒，是领导干部全部工作的出发点和落脚点，是珍贵的从政经验之谈。作为砥砺党性锤炼作风的永恒考题，践行“三严三实”贵在真真正实，重在长期坚持、锲而不舍。走进新时代，要以严和实的精神展示新气象；适应新要求，要以严和实的精神激发新动力；面向新征程，要以严和实的精神绘就新画卷，都迫切需要我们持之以恒、久久为功，把“三严三实”深入到骨子里、融入进血液里，内化于心、外化于行，真正成为领导干部的思想品格、行为习惯。

始终用“干净”的作风守“三严”。老百姓评价一个领导干部好不好，一是看他思想品德好不好，廉洁不廉洁、干净不干净；二是看他能不能干事、能不能成事，能不能为百姓造福。如果一个领导干部对自己要求不严，自身不干净，说话办事的底气就不足，在干部群众中没有威信，腰杆也硬不起来，对歪风邪气也不敢理直气壮地抵制，这样的领导干部不可能干成事。一个领导班子的负责人，如果主要成员不干净，就会失去感召力、凝聚力和向心力，就会人心涣散、歪风邪气盛行，就会严重挫伤广大干部群众的积极性，更谈不上干事创业。这就要求各级领导干部严以修身，严以用权，严以律己，不能体现在一时一地，而要体现在长期的坚守，持久的发力，既要在大大非面前旗帜鲜明、风浪考验面前无所畏惧、各种诱惑面前不为所动，稳住心神、管住言行、守住清白，以细心对待细微、以小心管住小节，又要忠实履行领导职责，始终做到秉公用权、不以权谋私，依法用权、不假公济私，廉洁用权、不贪污腐败，永葆共产党人的政治本色，带出好队伍，养成好风气。

始终用“实干”的精神行“三实”。正所谓“工作靠抓，事业靠干”。党和人民对领导干部的要求是：真干而不是假干，实干而不是虚干，为党和人民干而不是为自己干，这既是保持党的先进性的基本内容，也是衡量领导干部是否让人民满意的试金石。对于领导干部来说，是不是实干，是态度问题、思想问题、事业心问题；能不能实干，是能力问题、水平问题、方式方法问题。大凡成就一番事业的领导干部，都是干出来的，不是跑出来的。跑出来的领导干部，群众不信不过，工作拿不起，将来走不远；干

出来的领导干部，人民信得过，自己立得起，一路走得稳。今天的领导干部，肩负推进“四个全面”的历史重任，需要破解的难题复杂艰巨，求真务实，不仅是做人的准则，更是谋事创业的方法论。所以，用“实干”的精神行“三实”，就是要以实干为荣、以实干为贵、以实干为大，脚踏实地地干，雷厉风行地干，掷地有声地干，干在每一天，干好每件事，不做夸夸其谈，光说不干，哗众取宠，做善于破解难题、打开局面、能办实事、不事张扬的实干家，当好做发展的开路者、群众的贴心人、班子的带头人。

始终在“严”和“实”上践行“三严三实”。“严”和“实”是中国共产党人的一贯追求。领导干部是党的事业的骨干，是决定一个地方经济社会发展全局的“关键少数”，被组织委以重任、被群众寄予厚望，按照“三严三实”要求砥砺作风、干事创业，是历史规律的深刻总结，也是使命职责的必然要求。正如马克思的一句名言：我们的理论不

是教条，而是行动的指南。领导干部践行“三严三实”常态化、长效化，就要把“严”与“实”的要求体现在履职尽责、做人做事的方方面面，一是要以政治过硬作为第一要求，忠于党和人民，坚定理想信念，把牢政治方向；二是要以责任过硬作为第一标准，提高理解力，增强落实力，强化执行力；三是要以能力过硬作为第一要素，强化履职意识，求真务实，真抓实干；四是要以作风过硬作为第一标准，强化宗旨意识，严以用权，严以律己，真正把践行“三严三实”作为提振精气神、焕发新活力、实现新作为、推动新发展的的重要途径，在改革发展稳定大局中、在急难险重关头、在全心全意为人民服务中坚持“严”和“实”的作风，用真心为民、诚心待民、热心便民的实际行动，标示出群众心中“三严三实”的分量，赢得万众归心的成功密码。只有这样，才能不辜负历史使命，不辜负组织信任，不辜负人民重托。

自己的头脑，指导自己的工作。把脱贫攻坚与地方的改革发展结合起来，不仅要实现脱贫致富，而且还要致富奔小康。坚定信心，激发组织活力，加强农村基层党组织带头人队伍建设，抓好扶贫干部培训和贫困群众技能培训，把扶贫和扶志、扶智结合起来，激励和引导贫困群众靠自己努力奋斗改变贫困面貌。脱贫攻坚必须全面深入推进基层党组织振兴。首先要强化基层党组织建设，如果基层党组织一盘散沙，没有凝聚力，党员干部就没有主心骨，脱贫攻坚中的一些矛盾问题就不能及时得到解决。比如在实施扶贫项目中的一些占地赔偿问题，如果党组织有战斗力，党员干部能够带头做工作表率，问题就会迎刃而解。

其次要强化党员干部的培训。不仅要在思想上坚定“四个意识”“四个自信”，而且还要从技能培训上增强党员干部带头致富的能力。同时还要加大人才支持力度，让更多的复合型人才向基层党组织倾斜，让基层党组织真正成为强有力的基础战斗堡垒。有思想意识引领，有组织抓手支撑，还必须要有所作为保障。真

扶贫，扶真贫，真脱贫。如何做到这个真，这就要求扶贫干部和各基层基层党组织要牢固树立求真务实的工作作风。要以好作风推进脱贫攻坚取得好效果，力戒形式主义、官僚主义，坚决杜绝那些“数字脱贫”。

要求我们的扶贫干部要扑下身子抓落实。扶持谁、谁来扶、怎么扶、如何退，都要往实里走、往深处做，做精准、做到位。作风是深作风，作风也是动力源泉。唯有真抓实干，唯有脚踏实地，才能为全面打好精准扶贫攻坚战提供坚强组织保证。

为打好脱贫攻坚战注入组织活力

■张闲语

中共中央政治局委员、中组部部长陈希9日至11日在贵州省台江县调研定点扶贫工作。他强调，要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，牢固树立“四个意识”，切实增强政治担当，认真履行帮扶责任，充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，不断提高脱贫质量、增强群众获得感，为全面打好精准扶贫攻坚战提供坚强组织保证。

脱贫攻坚战是一项系统工程。需要扶贫干部真抓实干、真情帮扶，需要贫困群众积极行动、主动发力，需要社会帮扶精准对接。

在这个过程中，如何发挥基层党组织的战斗堡垒作用，如何发挥组织部门的统领作用，这也是一个值得思考的问题。中组部部长陈希在贵州的基层调研中关于强化基层党组织振兴的强调，为打好脱贫攻坚战注入了强大的组织活力。

脱贫攻坚战不仅仅是简单的就事论事，既要埋头拉车，也要抬头看路。要深入学习贯彻习近平

总书记精准扶贫精准脱贫重要思想，带着对党的忠诚、为民的深情抓脱贫。换句话说要用新时代中国特色社会主义思想武装

自己的头脑，指导自己的工作。把脱贫攻坚与地方的改革发展结合起来，不仅要实现脱贫致富，而且还要致富奔小康。坚定信心，激发组织活力，加强农村基层党组织带头人队伍建设，抓好扶贫干部培训和贫困群众技能培训，把扶贫和扶志、扶智结合起来，激励和引导贫困群众靠自己努力奋斗改变贫困面貌。

脱贫攻坚必须全面深入推进基层党组织振兴。首先要强化基层党组织建设，如果基层党组织一盘散沙，没有凝聚力，党员干部就没有主心骨，脱贫攻坚中的一些矛盾

社会论点

调查失业率为何赢得掌声

■胡宇齐

近日，“全国城镇调查失业率”首次亮相。据国家统计局公布，1月至3月，全国城镇调查失业率分别为5.0%、5.0%和5.1%。失业率从“登记”变成“调查”，获得一片点赞。

一项数据何以如此引人瞩目？要知道，这些年，对于林林总总的统计数据，舆论向来不乏种种吐槽，特别是失业率、人均收入等关乎具体个人生活体验的数据，“被代表”“被平均”之声不绝于耳。此次舆论风向的调转，固然有成绩单较为亮眼的原因，更为关键的还在于，失业率的统计方式发生了实质性变化。从“登记”到“调查”——由原来的失业者主动申报到现在从更高层次组织进行调查，这是我国科学建立失业统计指标体系迈出的重要一步。

长期以来，我国城镇失业率都是以“登记”的方式统计。但随着经济社会的发展变化，该统计方式的弊端日渐显露，长年保持在“4%左右”，也使其反映真实失业状况的功能大打折扣，导致一些失业者并不能获得最针对性、最紧迫的救助。于是，有些人干脆抛开这一数据，以自己的方式“大胆估计”所谓的真实失业。就业是最大的民生，我国城镇就业人口基数庞大，哪怕只是1%的失业率，也

对应着400多万的劳动者。从这个意义上说，主动优化统计方法，意义显然十分重大。

大方公布“调查失业率”，意味着对数据逐渐“脱敏”，蕴涵着真实客观的逻辑，彰显出更加阳光自信的心态。其实不只是“失业率”，这些年，不少领域的调查统计工作都在慢慢摆脱“数据包袱”。自中央到地方，各级政府都表现得更加自信，在发现问题、直面问题、公开问题时更加主动。今年年初辽宁、内蒙古等多地自发挤压GDP“水分”，前年CPI基数调整大幅降低“食品”类权重，国家贫困线更是根据实际连年多次提升……诸如此类的调整，一方面是基于我们对自身经济实力的底气，另一方面也是回应社会呼声，满足国民对统计工作更务实的强烈期待。

从“你来登记”到“我去调查”，中国跨出了重要一步。当然，统计出更接近真实的数据只是开始。不怕“丢面子”“跌份儿”，不对短板藏着掖着，持续提升工作要求、致力精准施策，就是对自信最好的诠释，也是必须发扬的工作作风。将自信阳光的态度、求真务实的思路落实到工作的方方面面，经济指标的“晴雨表”方能引领万众生活的“艳阳天”。



“绿色通道”

广东、北京、上海等多地调查发现，目前部分第三方支付平台存在账户未实名注册、管理不规范等问题，致使一些账号可以在网络上直接买卖，部分平台沦为电信诈骗团伙套取、漂白非法资金的“绿色通道”。

新华社发

一线视角

医疗广告价值观安在？

■邓海建

这两天，百度的互联网医疗广告江湖再度上了舆情的“热搜榜”。据说，以往在PC端出现的互联网医疗广告，转移阵地出现在了手机上。很多疾病关键词，在百度等电脑里的搜索网站上风轻云淡，但在移动端应用上，搜索结果前几名全是医疗广告。业内人士指出：“在搜索的那一刻，你就已经被盯上了。”

你以为它洗心革面，只不过是骗术升级。其实也谈不上什么升级，不过是“打一枪换一个地方”。什么地方有漏洞，什么地方管得松，云谲波诡的拖网大戏自然还会在什么地方上演。一家企业，两套操作。道德血液这个奢侈的说法，在暴利煌煌的交易链面前，大概就是推杯换盏里的一个段子罢了。

两年是很多事件的重要节点，比如网信工作走入新纪元的“419”讲话，比如互联网医疗广告魅影下的“魏则西事件”。2016年，“魏则西事件”被起底后，百度贴出了一封情真意切的告白信，宣称“如果失去了用户的支持，失去了对价值观的坚守，百度离破产就真的只有30天！”倏忽两年过去，几十个30天流转，向媒体爆料的医生却在感叹：“我想不明白，为什么魏则西事件发生两年了，这种医院仍然在百度可以搜到。我每天备受良心谴责，觉得医院侮辱了我的专业，这里根本不是医院，就是骗钱的地方。”

从当年的“竞价排名”到今日的“精准画像”，并不中立的技术或算法，显然从一开始就一屁股坐在短期KPI等自家利益的太妃椅上。用户或者患者，在检索特殊信息的同时，已经沦为技术砧板上的鱼肉，或者只是等待割下的韭菜——区别的，是掏钱的时间。此类疑似非法广告，其实剧情并不复杂，举证或坐实只是分分钟的事。值得注意的是，《广告法》科普到今天，“中华广告表演艺术家”或“N大神药广告”亦如过街之鼠，局外人也能轻松窥见此类广告的真面目；那么，它诱导或诱骗的，就是信息极不对称又等着救命的“更底层弱势群体”。居心之恶，寒凉彻骨。

打情当然不是理性的力量。跟医疗广告谈价值观，其实是跟平台方谈法治底线和企业社会责任。这两年来，尽管“魏则西事件”触发了监管层级的雷霆治理，但客观的说，即便在百度这个BAT级的大平台上，竞价排名、莆田系医院、血友病贴吧……消停过歇过吗？斩草除根过吗？眼下，在首届数字中国建设峰会上，互联网大佬们发出一致的声音，强调“核心技术是大国重器、大企业要有大担当”。眼下而言，这个担当恐怕要包含两个基本含义：一是对底线价值观的基本担当。不能闷声发黑财，更不能道高一尺、魔高一丈。二是对核心技术的责任担当。就像马云说的，“市场份额不叫牛、核心技术牛才是真正的牛”。

不过，技术终究是为人服务的，而有人人的地方，就算没有江湖烽火、亦必然会有三观之别。就像检索医疗信息，出来的为什么不是清一色的公益宣传而是李鬼医院，这个问题的答案，技术估计是不会“背锅”的。迭代的只是技术，固化的却是本性。在这个重视核心技术的年代，价值观亦是核心的力量。“后魏则西时代”，医疗广告依然可以背弃价值观而群魔乱舞，大概至少说明了一个道理：赌咒发誓的表白，不过是危机公关的伎俩；法治规则的刚性，才能帮助他们重塑核心价值观念。

药品广告 岂能乱入影视剧？

■张立

男主角和父亲吃饭，父亲把餐桌上的药酒一饮而尽；女主角生病了，立刻有人送来胃药；宫斗戏里需要滋补，太后常用阿胶……调查发现，本需要审查的药品广告，如今却是热播影视剧中的“熟脸”。专家认为，植入广告也是商业广告，必须遵守广告法所有规定。

剧情里的主人公容易患病，或许不是剧情需要，而是药商需要。影视剧在与药商合作中，以各取所需的利益考虑，在影视剧情节设置和播放中大开绿灯，使本需要通过审核的药品广告，在剧情播放中“永不设防”的开播。不管是不是误导了观众，未批先播的药品广告，已经违反了药品广告播放的相关规定，这一“灰色地带”尤其需要治理。

润物细无声。影视剧中的药品广告，会在潜移默化中影响观众，使观众成为相关药品的潜在消费者和广告传播者。据不完全统计，2017年有数十部剧目有药品广告植入，涉及多个药品品牌。如此密集的药品广告乱入，是影视剧审查过于宽松还是隐形广告审查失之于宽、失之于软，都需要认真审视。

在药品广告植入影视剧方面，药商用尽一切可能实现两者天衣无缝的嫁接。但是，即使双方做到无痕化处理，但明眼人仍然可以辨识这类广告。从小品、歌曲中广告植入，到影视剧中药品广告、其他类广告植入，似乎成了低廉广告宣传的不二法门。影视剧传播受众传播之大、影视之广，自然是药商们所看重的。在满足了药商经济利益追求之中，药商自然不会放弃这一难得的载体。

追求利益和违法成本低，是任何不法经济行为的最原始动力。药品广告乱入影视剧也不例外。2015年修订的广告法对电视台直接播放的药品广告进行了全面限制，却未对影视剧药品广告植入作明确规定，使之成了“漏洞之鱼”。法无禁止即可为，自然让药商们腰板挺直、自信满满的打“擦边球”。加之国家质监部门和广播电台等单位在节目、广告审核上各自为政，给药品广告乱入影视剧留下可乘之机。

当药商们只追求自身荷包满满时，却忽略了“请遵医嘱”的温情提醒，医药者的仁厚胸怀，似乎早被经济利益践踏无余了。堵塞住药品广告乱入影视剧的漏洞，显然需要对广告法等法律法规进行再修改，用法律管住无底线的药品广告乱入行为。

影视剧有影视剧的价值引导、道德培育和文化传播的功用，不应以商业传播为主。对于乱入的药品广告，广播电视管理部门、工商等相关职能部门，需要优化各种监管，创新监管方式，健全信息披露制度，由多个监管部门共同制定配套制度，降低药品广告监管执法中的识别难度，保障植入广告的合法性，避免观众被误导。

就业还是创业，全靠“本领”说话

■刘天放

又逢一年毕业季，每年的这个时间，高校毕业生的去向都会引发社会关注。今年，又将有多达820多万高校毕业生走出校门，他们在创业和就业之间会如何选择？同时，对于近年来社会上“就业是创业前的必修课”这一观点，又该如何看待？

每到毕业季，“求职”就成为大学毕业生一个绕不开的话题。而就业市场总是“供过于求”，除非是出类拔萃，甚至身怀绝技的“佼佼者”，对条件一般的绝大多数毕业生来说，求职中遇到的挫折，基本上都是一个版本：能力不足、实践欠缺、储备不够、总之，都不具备“卖力”提出的要求。如果求职未果，那就只剩下一个选择：自主创业。

其实，就大学毕业生的就业和创业难题，国家一直高度重视。今年两会上，李克强总理就强调，要努力保障高校毕业生就业。人社部也于日前印发了《关于做好2018年全国高校毕业生就业创业工作的通知》。从国家到地方，多项政策相继

出台，给高校毕业生频频送出一份份就业大礼包。无论是加大创业扶持力度，促进基层就业成长，还是对主动到二三线城市工作的毕业生，都出台了一系列优惠政策，这使毕业生的就业渠道拓宽，就业前景变得更加光明，对此释放出的善意可谓看得见、摸得着。

然而，仅靠大礼包，并不能满足所有毕业生的需求。820万毕业生人数就在那里摆着，国家层面在宏观上积极为大学毕业生开拓就业渠道的同时，毕业生自身，也需要在微观上变得积极主动。这不仅是指毕业生需要转变就业观念，不要扎堆儿大城市，更不要“眼高手低”，更是想，大学生在校期间，就应该努力学习，积极实践，增长本领，为未来的就业

或创业做好充分准备，夯实基础。就拿自主创业来说，报道中那位四川大学毕业的张源，就是一个好例子。张同学在校期间多次参加大学生创新创业比赛并斩获奖项，在不少同学眼中，他一直都和创业联系在一起。即便如此，他大学毕业后并没有选择创业。他认为，社会资源的缺乏、对市场的把控能力欠缺仍是他创业路上的“绊脚石”。于是，他加入了一家咨询公司，准备锻炼自己。直到在咨询行业历练两年后，他才走上创业道路，并组建了团队，不但顺利拿到了投资，还得到了天津市的落户资格和企业免稅优惠。

虽然张源在创业中获得了初步成功，但仍面临众多困难和挑战，这使他“不能有一丝懈怠”。他如此努