

无论是政策制定还是企业运营,根据具体问题采取有针对性的措施,才能破解复工复产面临的困境

统筹推进疫情防控和复工复产,在现实中会遇到两难的选择、轻重的权衡,需要提升把握形势、保持平衡、优化治理的能力

落实分区分级精准复工复产

盛玉雷

北京推出“定制公交”,为复工企事业单位提供定制公交通勤服务;上海推出“点到点”省际复工包车,接回在建工程务工人员;浙江成立补短板稳投资应急专项,保障重大项目推进……当前,各地根据当地疫情形势,为保障复工复产推出系列举措,体现着分区分级、精准复工的方法论。

新冠肺炎疫情发生后,如何在较短时间内整合力量、全力抗击疫情,这是很大的挑战;在疫情形势趋缓后,如何统筹好疫情防控和复工复产,这也是很大的挑战。客观来说,新冠肺炎疫情不可避免会对经济社会造成较大冲击,尤其是对中小企业的生存发展产生一定压力。比如,返城人员减少引发企业用工难,道路通行限制造成物流困难,复工时间延后导致产业链协同难,等等。精准识别问题、分区分级施策,才能推动非疫情防控重点地区企事业单位复工复产。

最近,随着疫情防控形势持续向好,广东、甘肃、辽宁、贵州、云南等多个省市区下调应急响应级别,湖北等地继续采取最严格防控措施。这为落实分区分级精准复工复产提供了条件。对低风险地区而言,应尽快将防控策略调整到外防输入上来,全面恢复生产生活秩序;对中风险地区而言,应依据防控形势有序复工复产;对高风险地区而言,则应继续集中精力做好疫情防控工作。根据疫情形势而各有侧重,按照各地情况而精准施策,疫情防控和复工复产就能在全国范围形成分工协作的态势。

从疫情影响来看,不同行业受冲击的程度不一,应对能力也各不相同。对此,既要发挥一般性政策的普惠功能,也要针对各类企业的不同问题精准施策,为企业求新求变提供托举,对涉及国计民生的重要企业,做好疫情防控的同时应尽全力组织复工复产;对智能化程度高的企业,可以采用弹性复工制度。比如,云南将现场招聘会转到线上,通过“视频招聘、远程面试”的方式帮助用人单位缓解“用工荒”;再比如,有的线下餐饮企业与线上电商平台尝试共享员工,合作推出一些新服务、新模式。可见,无论是政策制定还是企业运营,根据具体问题采取有针对性的措施,才能破解复工复产面临的困境,提升应对风险的能力。

统筹推进疫情防控和复工复产,在现实中会遇到两难的选择、轻重的权衡,需要提升把握形势、保持平衡、优化治理的能力。现实中,既不能对不同地区采取“一刀切”的做法,阻碍经济社会秩序恢复,又不能不当放松防控、导致前功尽弃。从简化复工复产确认程序,到开辟外地员工远程绿色通道,从加大支持力度拓宽融资渠道,到协调产业上下游配套供应,各地正充分发挥主动性,有序推动复工复产。由此也可合理预期,只要我们变压力为动力、善于化危为机,有序复工复产生产秩序,强化“六稳”举措,加大政策调节力度,把我国发展的巨大潜力和强大动能充分释放出来,就能够实现今年经济社会发展目标任务。

湖南一家重型机械制造企业的复工画面引人注目:车间的摄像头自动识别和抓拍未戴口罩、人员聚集等高风险行为;生产线上机械臂自动焊接钢花四射,吊挂系统准确传送各种部件。在这个车间,“安全复工”和“精准复工”齐头并进。这样的场景让人充满信心:疫情防控不松劲,复工复产马力足,我们就一定能在做好疫情防控的前提下,实现经济社会发展的各项目标任务。

守护好我们的守护者

戴林峰

对疫情防控一线的医务人员来说,只有首先保护好自己,才能救治更多患者,最终打赢这场硬仗

后背被汗水浸透、双手红肿发皱、脸颊布满勒痕……卸下防护装备,奋战在抗疫一线的医务人员“最美背影”“最美双手”“最美容颜”令人感动。近日,一段详解医生脱下防护服有多难的视频引发网友关注。27个步骤环环相扣,12次消毒缺一不可,口罩、手套、鞋套、帽子、护目镜、防护服、隔离衣等一一摘下,全程超过半小时。由于脱下的防护用品已处于污染状态,因此必须确保每个步骤规范到位,否则就有被感染的风险。

习近平总书记强调,要关心关爱广大医务人员,他们夜以继日、连续奋战,非常辛苦,也有医务人员不幸被病毒感染,有的甚至献出了生命,体现了医者仁心的崇高精神。身处防疫一线,医务人员最直接、最密切地接触患者,被感染的风险也远超常人。只有首先保护好自己,才能救治更多患者,最终打赢这场硬仗。

特别是平时诊治感染性疾病较少的医务人员,由于专业领域不同,日常工作中很少需要穿着防护服、隔离衣和佩戴护目镜,防护意识也相对偏弱,往往容易成为医院感染防控中的薄弱环节。

战“疫”争分夺秒,但防护必须保证万无一失。在定点救治新冠肺炎患者的南昌大学第一附属医院,就有一支指导医务人员规范穿脱防护服的专业团队,18名成员由感染病学、呼吸与危重症医学、预防医学、护理学等领域的专家组成,具备丰富的临床经验。他们分布在各个病区,不仅严格规范防护用品的穿脱流程,还随医务人员一起进入隔离区查房,确保防控无死角。

医务人员是生命的守护者,感染防控专家则无微不至地守护着我们的守护者。疫情发生后,南昌大学第一附属医院制定出了上万字的新新冠肺炎医院感染防控手册。从污染区、缓冲区、清洁区的规划改造,到纸质医疗文书的归档消毒等,事无巨细。即便回收一块用过的抹布,也需经过消毒、密封、标识、转运、集中处置等多项操作流程,每个步骤都需要在不同的区域分别完成,确保不出差错。

还记得疫情发生之初,专家反复提醒,医患交叉感染的病例常出

现在普通科室,要关注非传染科的医务人员,避免他们被感染。目前,针对防控新冠肺炎疫情的医院感染问题,江西省卫健委委托继续教育线上平台,已为全省23万余名卫生专业技术人员进行了培训,其中县以下机构卫生专业技术人员超过6万人。通过及时培训,做好双向防护,既防止患者感染医务人员,又避免医务人员感染患者,从而不断在防控细节中巩固战“疫”成果。

保护是为了更好地出征。为此,不少新技术新设备正被应用到疫情防控一线。不久前,一台具备无人驾驶技术的智能配送机器人在江西省鹰潭市人民医院“上岗”,不仅能自主规划路线,还会开关门、坐电梯、自动避障。点对点的配送,减少了医务人员进入隔离区的频次,有效避免交叉感染。

守护好我们的守护者,就要帮助他们解决实际困难和问题,生活、安全、人文关怀都要保障到位。当前,不少地方都提出了明确要求,公职人员一般不得佩戴N95医用防护口罩。每节约一个N95口罩,都是对一线医务人员的有力支持。通过科学调度、精准投放,把好钢用到刀刃上,才能守护好我们的守护者,确保他们能够平安归来。

以防疫经验提升数字化治理水平

江南

“请出示一下您的‘绿码’。”这几天,在浙江杭州等地,市民坐公交地铁、进超市买菜,企业员工复工上班,都习惯了亮出手机的健康码。健康码由个人在手机上自行申报,后台经大数据分析审核,生成每人一个的二维码。亮绿码可正常通行,黄码和红码则要按规定进行隔离并打卡。

作为疫情防控的创新方式,红黄绿三色的健康码从孕育到应用推广,一路踩着特事特办的“加速度”。“产品上线前半小时一迭代,上线后半天一迭代”,开发团队说,常规4周的开发周期被压缩到16小时。健康码2月9日在杭州余杭区率先推出,11日全市推广,16日国务院办公厅电子政务办指导加速研发全国统一的疫情防控健康码,17日浙江11个设区市全部上线,随后四川、海南等省也陆续推广使用健康码。截至2月18日上午9时,杭州市累计发出健康码862万个;短时间内,浙江全省已有1500多万人成功登记。

用这种数字化的办法取代一纸“路条”,免去群众反复填表之烦,省下基层一线大量人力物力,有助于降低战“疫”的社会成本。同时,基于数字化实现动态管理,也让城市管理者对整体疫情防控有一个全盘统筹,有利于提升精准管控、精密智控的应用效能。

在特殊时期应运而生的健康码,虽是“急就章”,却离不开长期的数字化能力建

设、智慧城市建设和作为基础和支撑;它是疫情防控所需,但不应仅仅“一次性”使用,还可以着眼长远,深入研究、拓展应用,让它从“管一时”变成“管长久”。杭州市主要负责同志近日明确表示:健康码不能只用于一地,不仅要用于眼下的疫情防控、企业复工复产,更要用于今后的数字化城市治理和公共卫生服务。通过与个人健康档案、医疗数据的有机结合,健康码有望深度应用,真正成为市民的数字化“健康卫士”。

杭州市卫健委与公安系统,还通过“城市大脑”平台,建立了“卫健警务”——新型冠状病毒防疫系统。在此次疫情中,智慧城市的智慧感知、数据处理、城市应用、智能调度、智慧监管等,都被充分利用起来,让城市各个部门在疫情期间实现了资源的整合和共享,在部门、行业间统一运营和调度,有效实现了城市内疫情的一体统筹、一体防控。当前,新一轮的科技革命和产业变革正加速影响经济社会生活各领域各环节。战“疫”时刻,大数据、人工智能、云计算等数字技术在疫情监测分析、病毒溯源、防控救治、资源调配等方面发挥重要作用,这不仅对疫情防控意义重大,也有利于提升城市的数字化治理能力和治理水平。

习近平总书记强调,这次疫情是对我国治理体系和能力的一次大考,我们一定要总结经验、吸取教训。大考意味着挑战,也为优化治理体系、提升治理能力提供了重要契机。疫情终将过去,我们总结经验教训,下大力气、用实功夫,补齐短板、堵上漏洞,用数字技术助力治理现代化,推进政府管理和社会治理模式创新,促进民生保障和改善,就一定能让城市更智慧,让人民更幸福。



疫情防控期间编造、传播虚假的疫情信息,容易引发社会恐慌,扰乱社会秩序,构成犯罪的要依法予以严惩。最高检日前公布的典型案例中,就有一则这样的案例:犯罪嫌疑人冒充警察在微信朋友圈散布虚假信息,引发社会不良影响,影响疫情防控工作的正常秩序,被检察机关批准逮捕。

新华社发

为当前舆论融入更多暖色调

管洪

疫情防控越到吃劲的时候,越需要提气、鼓劲,越需要强信心、暖人心、聚民心。习近平总书记指出,“为当前舆论融入更多暖色调”。做好舆论教育和舆论引导工作,是我们夺取疫情防控阻击战全面胜利的重要保障之一。

为舆论融入暖色调,首先需要加大宣传舆论工作力度,坚定全社会战胜疫情的信心。比如,深入宣传党中央重大决策部署,充分报道各地区各部门联防联控的措施成效,热情讴歌广大医务人员医者仁心的崇高精神,再现人民群众凝心聚力共同战“疫”的动人故事。疫情防控是一场人民战争,每一个人都是参与者、贡献者。把宣传舆论工作做扎实、做充分、做细致,就能广泛激发出全社会团结一

心、共克时艰的精气神,为我们打赢疫情防控阻击战注入源源不断的信心和动力。

面对疫情防控中可能会出现的一些舆情,关键在于做到主动回应。习近平总书记强调,“要多层次、高密度发布权威信息,正视存在的问题,回应群众的关切,增强及时性、针对性、专业性”。倘若遇到问题不及时发声、不主动引导,就会让谣言等虚假信息有机可乘。在疫情面前,坚持及时发布权威信息,公开透明回应群众关切,增强舆情引导的针对性和有效性,不仅能够尽快消除公众心头的疑虑,增强战胜疫情的勇气和底气,更会进一步提升政府公信力,培育健康理性的社会心态。

为舆论融入暖色调,并不意味着回避问题,而是要因时、因地、因情分清轻重缓急,为解决各类问题营造良好舆论环境。当前,最紧要的是疫情防控,要把舆论的着眼点、聚焦点放到党中央作出的疫情防控和经济社会发展重大决策部署上来,必将激发万众一心的强大凝聚力、汇聚力,更好地激发全社会的

凝聚力。习近平总书记强调,“既要立足当前,科学精准打赢疫情防控阻击战,更要放眼长远,总结经验,吸取教训”。对一些薄弱环节和值得注意的问题,也需要通过营造理性健康的舆论环境来为补短板、堵漏洞创造空间。在这个意义上,把握好时度效,对于我们做好疫情期间的宣传舆论工作至关重要。

为舆论融入暖色调,尤须重视互联网上的宣传舆论工作。今天,互联网已经成为信息传播、融通的主要渠道。在此次疫情中,大量的讨论都是在网络上进行。要坚持主动发声、正面引导,强化融合传播和交流互动,特别是用好社交媒体、移动互联网等新兴传播媒介和渠道,让正能量充盈网络空间。

做好宣传舆论工作,是疫情防控总体战的一部分。为当前舆论融入更多暖色调,营造风雨无阻向前进的浓厚氛围,把思想和行动统一到党中央作出的疫情防控和经济社会发展重大决策部署上来,必将激发万众一心的强大凝聚力、汇聚力,更好地激发全社会的

期待“疫”后报复性消费是不切实际的

严奇

超长假期和“闭关”状态不可避免地抑制了大家的“剁手”消费。对于消费者“报复性消费”的行为,复旦大学国际问题研究院研究员马斌在接受《证券日报》记者采访时表示,消费者在此前相当长一段时间里正常消费需求被压制,可能出现“报复性消费”行为。

(《证券日报》3月3日)

不可否认,长期压抑后总会伴随着超常的压力释放,“买买买”是普遍的解压方式。难免有商家期待疫情后的报复性消费热潮“回本”。然而,冷静一点想,切勿低估消费者们的理性消费意识,报复性消费并不可靠。

首先,疫情后的消费增长也是循序渐进的变化过程。各地复工时间不一样,大中小企业恢复上班的时间不一样,商业区营业时间及人流量受到限制,消费节奏会跟着疫情缓解而逐渐降低。换言之,市场供应跟不上消费节奏,报复性的消费冲动在没有完全释放前,就可能“燃油耗尽”了。各地一些商铺出现的排队购物现象,

不过是“刚性消费”被疫情延后,而出现的短期集中而已。

其次,即便存在报复性消费,也不会超过自身的消费水平。微博上,不少人称,疫情过后的第一件事就是吃火锅,但科学一点看,吃火锅恐怕也只是吃顿火锅,并不会吃一周火锅。消费总量必须服从实际需求。加之,受疫情影响,广大消费者的收入水平已出现了不同程度的下降,饮食、购物、出行等等消费需要切合收入实际,消费水平恐怕不会比疫情前更高。

再次,受疫情影响的不止是商家,还有消费者的消费观念。疫情突发,给予民众的日常生活带来极大的影响,消费观念恐怕也会随着生活观念的变化更趋于理性。例如,疫情过后,消费者存钱应急的比率增大,超前消费的冲动降低,不理性购物的热潮会退却,消费支出可能转向与向医疗、健康、学习及购房等方面的投资,消费渠道向网上聚焦。

与其说疫情过后会迎来“报复性消费”,不如说会迎来补偿性消费,亦或者仅仅是“疗伤性消费”,用适当消费缓解心理损失。无论如何,都不应期待报复性消费所带来的盈利。商家不如改变运营模式,适应疫情过后消费者的消费心态,用直播、网络、短视频等营销渠道,在疫情完全解除之前,刺激消费者消费。(作者系天府评论新闻观察员)