

唱好“双城记” 建设“经济圈”

# 川渝签署成渝地区双城经济圈“放管服”合作协议 政务服务线上“一网通办”

- 建立长效工作机制
- 推动政务服务标准化
- 加强数据共享利用
- 推行线下异地办理
- 推进线上“一网通办”
- 加强跨区域协同监管

7月22日,四川省人民政府办公厅与重庆市人民政府办公厅签署《关于协同推进成渝地区双城经济圈“放管服”改革合作协议》。双方将协同推进成渝地区双城经济圈“放管服”改革,持续推动政务服务便民利企,打造一流营商环境。

根据协议,双方将在建立长效工作机制、推动政务服务标准化、加强数据共享利用、推行线下异地办理、推进线上“一网通办”、加强跨区域协同监管等6个方面进行合作。

建立长效工作机制上,双方将建立两地政府办公厅负责人召集人、四川省推进协调和重庆市政府职能部门具体负责,相关业务部门共同参与的联席会议制度,并设立专班负责日常工作的联系、协调和推动。

推动政务服务标准化,双方将推动同一事项受理条件、申请材料、办理流程等要素相统一,逐步实现同一事项在成渝地区双城经济圈无差别受理、同标准办理、行政审批结果互认。

加强数据共享利用,建立成渝地区双城经济圈政务信息资源共享机制,加强两地政务数据交换共享平台建设,逐步推动高频电子证照互认互信,促进区域数据资源互联互通。

推行线下异地办理,双方将聚焦企业群众需求,梳理跨省市可办高频政务服务事项,通过业务远程会商和协作联

动,实现线下“异地受理、两地可办”。例如,成都企业营业执照办理的整个流程,今后将有机会全部在重庆完成。“以前每个地方的审批手续都只能在当地完成,今后川渝两地的这一现象将得到改变。”四川省政府办公厅相关负责人说。

推进线上“一网通办”,双方将推进川渝网上政务服务平台及“天府通办”“渝快办”等有关移动端对接,实现线上“一地认证,全网通办”。

双方将加强跨区域协同监管,探索跨区域协同监管机制,加大对行业协会商会、信用服务机构、金融机构、大数据企业等信用信息采集、共享力度,建立信用联合奖惩机制。

据四川日报

## 同步播报

### 遂宁资阳潼南大足合作 四地公积金将互认互贷

7月22日,记者从四川省住房和城乡建设厅获悉,遂宁住房公积金管理中心、资阳市住房公积金管理中心、重庆市住房公积金管理中心潼南区分中心、重庆市住房公积金管理中心大足区分中心日前在遂宁共同签署成渝地区双城经济圈住房公积金一体化发展合作协议,四地将实现公积金互认互贷。

根据协议,对职工因单位原因出现的补缴,在缴存地住房公积金中心出具证明材料的情况下,贷款城市可认定为连续缴存;四地将互认黑名单,对公积金黑名单内的人员,不予办理提取和贷款业务;在尊重四地具体政策措施的基础上,确保申请贷款的异地职工与购房所在地职工享有同等贷款权益。

据四川日报

### 深化校企合作创新育人 成渝应用型高校和企业结成产教融合“朋友圈”

为引领和助推成渝地区高等教育发展,加快形成西部大开发新格局,为西部地区高质量发展提供人力支持和智力支撑,7月21日,由成都工业学院和重庆科技学院牵头的成渝地区双城经济圈应用型高校产教融合联盟成立大会在成渝两地会场同步召开,成渝地区双城经济圈应用型高校产教融合联盟宣布正式成立。

据悉,该联盟是由40所成渝地区应用型本科院校和16家企业联合发起成立的合作交流、协同发展平台,并将在今后持续扩大校企合作、产教融合的“朋友圈”,吸纳更多应用型高校、优质企业和社会团体加入联盟。联盟将以加快推

进成渝地区校企合作、产教融合,聚力应用研究和成果转化,完善成渝地区应用研究协同创新体系,加强国内外应用型高校产教融合(协会)的合作交流和共同培养高素质应用型人才为主要任务,以推动成渝地区双城经济圈建设为己任,服务和支撑区域经济社会发展,为构建现代产业体系,形成高质量发展的重要增长极作出积极贡献。

成立大会上,通过了《成渝地区双城经济圈应用型高校产教融合联盟章程》和联盟第一届常务理事单位名单。相关领导共同为联盟揭牌、向联盟第一届理事长单位、副理事长单位授牌。

□本报记者 赵蝶

为贯彻中央关于成渝地区双城经济圈建设战略部署,落实《推动成渝地区双城经济圈文物保护利用战略合作协议》,建立重庆和四川两地重大文物保护与利用项目工作联动机制,探索合作创新模式,扩大合作领域,推动优势互补、协同发展,近日,重庆市文化遗产研究院、四川省文物考古研究院、成都文物考古研究院三家机构在重庆签署战略合作框架协议,并研究讨论了首个川渝考古合作项目——《川渝地区巴蜀文明进程研究》项目考古工作计划(2020-2025)。

协议约定共同推进“考古中国”重大项目,实施“川渝地区巴蜀文明进程研究”考古计划,统筹开展“巴蜀文化”考古发掘和研究,组队调查嘉陵江流域地下文物资源,出版巴蜀考古系列研究成果。助力两地宋元(蒙)山城防御体系突出普遍价值研究,共同推动山城遗址群考古工作,以不影响合川钓鱼城申遗进程为前提,创造条件将更多的川渝山城遗址纳入联合申遗范围。推进两地考古调查和发掘合作,合作开展川渝两地文化线路、石窟摩崖造像、盐业遗产、冶金遗址、窑业遗址等专项调查,共建、共享资料数据库,加快推动考古成果转化,加强跨区域基本建设考古项目合作。协同推进巴文化考古遗址公园建设,加强两地长征国家文化公园规划编制合作,积极对接红色文化旅游线路建设与推广。积极推动三方考古成果共享,联合举办系列学术活动,加强科研人员与业务成果交流,共同举办公众考古系列活动,打造巴蜀文化研学旅游示范品牌。

## 川渝携手共同考古发掘巴蜀文化

### 提升维权意识 营造良好消费环境

贵阳市市场监管局举行2020年“3·15”消费维权活动启动仪式

□吴印祥 本报记者 吴文俊

因受疫情影响,“3·15”消费维权活动在前期多以线上形式开展,2020年央视“3·15”晚会延期至7月16日播出,晚会播出后在社会上引起强烈反响。为进一步强化消费维权工作的重要性,贵州省贵阳市市场监管局于7月22日举行2020年“3·15”消费维权活动启动仪式,目的在于深入开展消费教育和引导,不断提高消费者的维权意识和维权能力,努力营造良好的消费环境,促进贵阳市经济社会全面健

康发展。

启动仪式上,贵阳市市场监督管理局党组成员、副局长蒋春光结合当前疫情防控形势对2020年“3·15”消费维权工作作出安排部署,要求在突出“凝聚你我力量”消费维权年主题的同时,日常工作中要强化服务消费者的宗旨意识,营造“天天都是3·15”的社会氛围,打造以百姓为中心的消费环境,做到事事有着落,件件有回音,保障“受理投诉快、出动行动快、调查查处快、信息反馈快”。

### 沪滇工商联手助“云品入沪”

近日,上海市工商联、云南省工商联、上海市云南商会在昆明签订框架协议。三方将加强合作,把企业发展与农村经济发展相结合,发挥上海区域经济的资源优势、产业优势,加大产业帮扶、消费扶贫、就业扶贫、企业帮扶等合作,助力云南巩固脱贫攻坚成效。

根据框架协议,上海、云南两地将密切配合,做到资源共享、优势互补、经济互助。三方将携手加大商务交流力度,组织经贸代表团开展相互考察、商务洽谈、商品展销等,加强经贸往来,搭建合作平台,为民营企业开发市场、商务考察提供服务。三方共同支持上海东环环球建材交易市场经营管理公司在上海建设花卉交易市场项目,引进云南花卉企业,共同助力“云花”落户上海。

云南省工商联将向上海市工商联、上海市云南商会积极推介云南“八大产业”和世界一流“三张牌”等高原特色产业,协助企业落实“云品出滇”优惠政策等,推动更多云南产品走进上海市场。上海市工商联、上海市云南商会将积极提供线上线下销售平台,举办云南产品展示展销活动,帮助销售企业落实优惠政策等,努力构建长效机制、工作体系、服务平台,改造产业链,打通供应链,提升价值链,助推“云品入沪”。三方将紧密配合,根据上海地区需要、企业需要,组织动员上海企业积极提供就业岗位,开展就业培训,举办现场和线上招聘会,落实好各项就业政策,协助上海太星集团完成在云南招聘2000名大学毕业生的任务。

据云南日报

### “神仙赶集”开市 点燃营造有温度小区的希望之火

□本报记者 肖朝德 李国华 文/图



近日,成都高新区芳草街街道神仙树大院院内以及门口的紫瑞北街新热闹起来,“神仙驿站·神仙赶集”在这里热闹开市,半天吸引上千人次居民“赶集”。

神仙赶集以“盛夏社区新消费——逛不完的集市,淘不尽的邻里”为主题,紧抓社区居民需求,设置了地摊区、便民服务区、神仙驿站互动区。

玉米棒子、菜籽油、机器人、乐高、绘本、公主裙、针织动物……来自神仙树社区各院落的30个摊主一字摆开。吆喝声中,日常生活用品与精美文创产品相映成趣。神仙树集市地摊区以亲子家庭为主,不论是小摊主还是售卖物品,无不彰显着邻里温情。

成都组前4名将纳入社区自组织培育计划予以支持。

沐浴杂货店的两位小摊主十分享受此次神仙赶集,他们的摊位摆满了上百本中英文绘本和几个儿童玩偶。他们的爷爷告诉记者,摊位上的绘本都是孩子们读完了的。“神仙赶集是一个锻炼孩子的好平台,在这里,孩子们售卖二手物品,不仅可以培养孩子的社交能力,还能激发孩子的勤俭节约意识。”

神仙树社区党委书记向明煜表示,社区保障资金项目神仙树驿站将以培养神仙树大院居民公共意识为切入点,通过开展系列居民公共活动,就居民参与大院自治深挖一个居民的共同需求,找到一个居民的共同目标,发掘一批居民骨干,培育居民自组织,达成有共识的规划和制度,并通过神仙树这个节点仪式来强化公共意识,进而实质性推动神仙树大院新型大院居民共建,让大院更有温度、更有人情味。

在神仙树便民服务区,整个上午都排满了长队。理发、健康检查、缝补衣物、磨菜刀、磨菜墩……记者注意到,便民服务区接受服务的主要是社区老人,关爱社区老年人需求是社区居民的共同需求,找到一个居民的共同目标,发掘一批居民骨干,培育居民自组织,达成有共识的规划和制度,并通过神仙树这个节点仪式来强化公共意识,进而实质性推动神仙树大院新型大院居民共建,让大院更有温度、更有人情味。

在互动区,项目工作人员在向社区居民推介神仙树大院院落营造挑战赛。每位居民都可以为打造“更有温度、更有人情味”的物业小区建言献策,少儿组前120名均有资格免费参加1天的熊猫村成长营自然教育。

记者了解到,作为占全区GDP三成以上的支柱产业,西藏旅游业将在疫情防控常态化条件下,延续上半年创新思路的探索,同时重点打造绿色康养旅游、特色乡村旅游、高端定制游等产品,推动行业提质升级,为自治区决战脱贫攻坚、决胜全面小康做出更大贡献。

“2月初,自治区为做好疫情后旅游业复工复产,多渠道投入7.78亿元资金,开展了全区旅游基础设施规范化、标准化建设,目前50%以上项目已有序开工。未来,西藏将以更加完善的设施建设,更加周到的服务,迎接来自全国各地的游客。”王松平说。

据新华社



### 做好群众 健康守门人

近日,重庆市永川区临江镇卫生院健康医疗小分队携上级指导专家(人民医院全科医学科主任徐薇),走进辖区各村脱贫户家中开展巡诊问诊工作。在脱贫户家中,健康医疗小分队一一了解他们患病的基本情况,现场免费进行测血压、测血糖、心电图、B超等项目检查,并提出个案治疗意见、科学饮食和用药的指导建议。

这次活动旨在贯彻落实健康扶贫工作,坚决打赢脱贫攻坚战,切实做好群众的健康守门人,确保健康扶贫路上不掉队。图为人民医院全科医学科主任徐薇在龙安村脱贫户张亚家中听诊。

特约记者 陈仕川 摄

## 西藏多措并举助力旅游业挺过“寒冬”

7月,西藏迎来一年中最舒适的时节。古城拉萨空气湿润,气候宜人,蓝天白云下,人们纷纷郊游、旅行,共享美好季节。

早晨8时许,世界文化遗产布达拉宫周围已有游客和朝佛信众的身影,红山脚下等待参观的人们排起了一条长龙。

来自苏州的游客陈琪待工作人员核对身份证和实名制门票后,通过“一进一测”安检口,顺利进入景区。她第一次来西藏,乘火车一路领略高原美景,感受古城拉萨文化氛围,最后参观向往已久的布达拉宫,5天的旅行即将画上圆满句号。

“看着雪域高原的绿水青山,感受独特的民族文化,我惊叹祖国边疆建设远比想象中更好,自豪感油然而生。”陈琪说。

随着全国疫情形势趋稳,越来越多像陈琪一样的游客选择走进西藏。数据

显示,2020年上半年,西藏在全国旅游市场复苏率中排名第一;5、6月份以来,西藏旅游业率先在全国实现复苏与正增长,与去年同期相比,增速分别达27.04%和36.86%。

西藏自治区旅游发展厅厅长王松平介绍,按照中央统一部署,在自治区党委、政府坚强领导下,西藏于2月12日率先实现确诊病例和疑似病例清零,这为西藏克服疫情影响、稳步恢复旅游业释放了最大“政策红利”。

然而,与其他省市一样,根据疫情防控需要,西藏旅游业上半年也经历了景点关闭、订单退订、市场信心受挫等因素造成的“寒冬”。据统计,2020年上半年西藏累计接待国内外游客833.41万人次,同比下降37.9%;实现旅游总收入75.39亿元,同比下降49.5%。

为有序推动行业复工复产,3月份以来,西藏在严格实施“限量、预约、错

峰”及接待游客量不超过最大承载量30%的要求基础上,先后有序开放自然类景区和室内景点。同时,拓展本地市场,加大旅游产品创新力度,率先在全国推出“云游西藏”“云游布达拉宫”等系列线上专题推广活动,“稳市场”“促旅游”“惠民生”的一系列措施为市场“回暖”奠定了良好基础。

王松平说,在“暖企”方面,西藏最大的亮点当属落实“冬游西藏”政策。“今年2月份是西藏旅游业‘冰封期’,我们兑现旅行社、景区和航空公司等第二轮“冬游西藏”奖励资金超过6000万元,一定程度上助力企业渡过了难关。”

得益于自治区政府的大力支持,西藏在册2000多家旅游企业,300多家旅行社积极稳定行业局面,助力行业复苏。“今年在西藏占比最大的观光旅游暂停情况下,3月底以来,我们结合藏族群众需求特点,大力推广‘西藏人游西

藏”业务,开发了巴松措帆船运动、雅尼湿地林卡营等产品,取得不错成效。”西藏旅游股份有限公司副总裁邵悦说,“考虑到我们70%以上的员工来自本地,为践行企业社会责任,我们向政府承诺,不降薪、不裁员。”

记者了解到,作为占全区GDP三成以上的支柱产业,西藏旅游业将在疫情防控常态化条件下,延续上半年创新思路的探索,同时重点打造绿色康养旅游、特色乡村旅游、高端定制游等产品,推动行业提质升级,为自治区决战脱贫攻坚、决胜全面小康做出更大贡献。

“2月初,自治区为做好疫情后旅游业复工复产,多渠道投入7.78亿元资金,开展了全区旅游基础设施规范化、标准化建设,目前50%以上项目已有序开工。未来,西藏将以更加完善的设施建设,更加周到的服务,迎接来自全国各地的游客。”王松平说。

据新华社

— 广告 —