

源汇区：加大非公企业党建力度

年初以来，源汇区不断加大非公企业党建工作力度，较好地发挥了企业党组织的政治引领作用和党员的先锋模范作用。

抓组建，促覆盖。针对全区非公有制企业党员结构复杂、流动性大、分布面广的特点，该区将非公有制企业党的工作列入年底基层党建述职评议考核重要内容，在全区非公有制企业党建及党组织组建情况进行拉网式摸底调查，对符合条件的非公有制企业全部建立党组织，对暂不具备单独建立党组织条件的企业，建立联合党支部和挂靠党组织，对暂时没有党员的非公有制企业，通过选派党

员干部到非公有制企业担任党建工作指导员，扩大党的组织覆盖面和工作覆盖面。截至目前，全区122家非公有制企业，共建立党组织54个，其中单独建立党组织45个，联合建立党组织9个。（覆盖非公有制企业33家）。对没有党员的44家非公有制企业全部选派了党建工作指导员，党的工作覆盖率达到100%。

抓机制，促规范。区委提出“七有一化”（即有活动阵地、有党建牌子、有工作制度、有党旗党徽、有电教设备、有党员活动载体、有党建工作记录，实现非公企业党建工作规范化）的党建标准，严格落实“三会一课”、

民主评议党员、党组织书记述职评议考核制度，建立完善非公有制企业党建工作报告制度及党建信息交流、动态跟踪服务等制度，定期研究解决非公有制企业党建工作中存在的困难和问题。同时，在全区非公有制企业党组织中开展关爱企业员工、创建“党员示范岗”、党员公开承诺等活动，促进非公有制企业党建工作和企业发展共赢。通过强化示范引导，先后培育出了曙光健身集团、三剑客农业股份有限公司、福润纺织等一批非公企业党建工作示范点。

抓载体，促发展。紧紧围绕非公有制企业生产经营和自身特

点，开展了丰富多彩的主题活动。立足本职岗位做贡献。通过在非公有制企业党组织中推行“一个党员一面旗”、创建“党员示范岗”等活动，既加强了员工对党员的监督，又增强了党员的责任感和使命感。围绕企业发展献良策。结合企业的生产经营实际，引导企业党组织开展“我为企业发展献计”“我为企业发展出力”等活动，对企业内部管理提出合理化建议和意见。打造企业文化凝聚力。举办职工运动会、职工技术比武大赛、慈善救助等活动，把企业党建与企业文化有效融合，在促进党建工作的同

时促进了企业发展。

抓保障，促提升。针对非公有制企业党务工作人员经验不够、精力不足的问题，该区把非公有制企业党组织书记队伍建设作为推动非公有制党建工作的核心内容来抓，积极为非公有制企业党组织选齐配强班子。认真落实非公有制企业党费返还制度，每年按时对非公有制企业党费进行返还。加强培训，不断提升党务工作者工作水平。在区里培训的基础上，先后组织带领全区非公有制企业党务工作者到武汉、青岛、郑州、许昌等地交流学习。

潘汉沛

李志刚：为了头顶的蓝天白云

■本报记者 刘丹

全市环保攻坚行动开展以来，他除了做好日常工作外，把主要精力放到了大气污染防治工作上，每天超负荷运转，无论外面骄阳似火，还是风霜雨雪，年近六旬的他坚持每天早上七点带领执勤辅警到执勤卡点开展巡查，回家往往已是深夜，被大家形象地称为“拼命三郎”。

他，就是市交警支队机动执勤大队一中队中队长李志刚。

检查道路通行状况，查处报废车辆、大货车违禁入市、渣土车超载超限等工作是李志刚大气污染防治工作的重点。为了给市民营造一个文明、和谐、安全、

畅通的出行环境，一方面他注重自身理论知识的学习，自学完成了污染防治及相关政策、法律法规和排污标准、治污技术等知识，并结合自身工作情况融会贯通，对污染排放车辆进行有效处理。另一方面他严格落实24小时勤务制度，每天深入执勤卡点（淞江路与邙山路交叉口）巡查，认真检查路面通行条件，监督附近在建工地，对于渣土车超载超限、涉牌涉证、拼装改装、抛洒滴漏及大货车违禁入市等违法行为，做到发现一起，查处一起。

在查处报废车辆工作中，他总是对每辆车的资料进行细致核

对,并对报废车主进行耐心教育，指出报废车辆上路行驶存在很大的安全隐患。今年2月，李志刚带领辅警执勤巡查时，发现市气象站附近路边停放一辆号牌为豫LE9158的重型仓棚式货车。经查，该车检验有效期至日期为2017年3月31日，并处于达到报废标准、公告牌证作废的状态。李志刚几经辗转联系到该机动车所有人，与车主耐心沟通后，车主最终完成了相关报废手续。据介绍，自2016年至今，李志刚共处理报废车二十余辆。

今年9月，李志刚在卡点执勤期间，突遇一辆轿车着火，他立即组织人员赶到现场，果断采

取措施，用灭火器控制火情，疏通周围群众及车辆，同时拨打“119”火警电话。火被扑灭后，他做好善后工作和跟踪调查，发现起火车辆系线路老化短路造成自燃，提醒车主注意车辆保养，定期检查车况。

对于交通违法申诉工作，李志刚坚持教育和处罚相结合的原

则，合理、合法地搞好解释和处罚工作，使违章者真心接受处罚。至今他处理过的违章没有发生一起一宗相关投诉。

环保攻坚任重而道远，面对肩上的责任，李志刚时常提醒自己，要以高度的事业心和责任感对待党的事业，为群众能常看到蓝天白云贡献力量。



源汇区史志档案局

三项措施加强干部队伍建设

今年以来，源汇区史志档案局立足加强学习、严格管理、严格监督，不断加强干部队伍建设，切实提升干部职工素质能力。

加强学习。要求全局干部职工深入学习《中华人民共和国监察法》，制作了一张图，让干部职工更直观了解监察法，注重在学深悟透上下功夫，推动尊法、学法、用法、守法常态化 and 长效化。

严格管理。从建章立制着手，制订出台《内部管理制度汇编》《关于从严监督管理干部的实施意见》等制度，全面加强干部日常管理考核，使制度真正立起来、严起来。

严格监督。用好监督执纪“第一种形态”，对干部职工履职情况开展动态跟踪，对发现的问题建立整改台账，真正做到严管理、强约束，营造风清气正的干事创业氛围。 李洁茹

房地产税讨论升温 专家建议按低税率征

近日，有关房地产税的话题再次受到关注。专家建议，应按低税率原则征收房地产税。

国家税务总局日前在答复政协提案中表示，在推进房地产相关税收制度立法与改革过程中，统筹研究房地产交易环节与保有环节的税收政策，发挥税收职能作用，为减少工业用地闲置、服务实体经济转型升级创造良好税收环境。

自然资源部自然资源确权登记局局长冷宏志近日透露，要不断巩固和提升不动产统一登记成果，抓紧启动《不动产登记法》立法，落实国务院深化“放管服”改革要求，全面推进不动产登记便民利民工作，充分发挥保护权益的作用。

在分析人士看来，不动产统一登记，能够为房地产税提供更加充分的依据和基础信息，更加有效地支撑房地产税改革工作。

12月11日，由中国社科院财经战略研究院发布的《中国住房发展报告（2018-2019）》建议，推出房地产税，实行渐进方案，只对新老交易住房启动征收方案即住房家庭一旦交易将统计其全部住房面积，并按照起征点开征，不交易的住房暂不征收。

自房地产税法被列入全国人大常委会议审议项目后，今年

以来，政府官员多次谈及房地产税。目前，全国人大常委会预算工作委员会、财政部以及其他有关方面正在抓紧起草和完善房地产税法法律草案。

中国财政预算绩效专委会副主任委员张依群表示，房地产税对房地产市场的影响是系统性的，加快房地产税立法是我国税制法制化进程的关键一步，应与房地地相关的其他税费统筹研究、分步实施、循序渐进，有效调整。

中国财政科学研究院公共收入研究中心主任张学谦认为，房地产税的全面开征应具各房地产登记信息系统和房屋价值评估系统两个技术前提。即对个人住房征税必须先了解和掌握个人住房的相关信息，也能够客观地对个人住房价值进行评价。

张学谦认为，房地产税开征后税收是多少，是人们普遍关注的一个问题，也是房地产税制度设计上的核心和难点。建议将个人住房的房地产税幅度税率水平确定为0.2%-1.2%。

张依群建议，房地产税应按“低税率、广覆盖、轻税负”的原则征收，具体面积扣除标准和税基税率由地方政府根据当地经济发展水平、人均住房状况自定。



南关农产品交易市场的异地新建项目——伊诺中原农产品交易市场目前已顺利运营两个月。该项目一期占地180亩，宽敞大气，蔬菜区、水果区、冷冻区、保鲜区设置合理、井然有序，分拣中心、质量信息系统及检验检测系统、调拨中心等配套设施齐全。图为12月12日，商贩在蔬菜区选购番茄。

本报记者 胡鸿丽 摄

如何让便宜的好货打响品牌

■舒圣祥

“双11”才走，“双12”又来了。这些购物节已然成为一种品牌，对所有参与其中的商家来说，更是名副其实的销量说话的品牌比拼日。多数的爆款，往往有共同的特点：便宜的好货。

便宜也可以买到好货，电商的繁荣一再证明这个道理。好货也可以卖得便宜，恰是电商的最大价值之一。痛点在于，还有很多便宜的好货，就像山谷寂静角落里的野百合，因为没有品牌，无法为人所知。如何让那些便宜的好货打响品牌？这不仅是企业关心的，也是消费者关心的。

品牌不响，没有知名度，渠道不畅，层层分销，成本很高，这是很多中小企业面临的困局。一些中小微工厂，一旦出口需求有所波动，内需需求量又没有打开，就会出现很大的经营风险。很多给国外产品做贴牌的国内企业，之所以把甘蔗最甜的部分拱手让人，并不是因为没有工艺，也不是因为没有品质，而是苦于没有品牌。

深圳有家做扫地机器人的工厂，长期给飞利浦等一线品牌代工。同类别的工艺、同样的标准、同样的产品、同样的

原料，甚至同样的生产线，质量没有本质差别，贴牌产品卖得很好，便宜几倍的自主品牌，过去却根本卖不动。后来，通过“拼多多”之类的电商平台，销售额达到近3000万元，企业从中看到了外贸转内销战略转型的可能。

根据联合国经发组织的统计，在500多种主要工业品中，中国有220多种产品居世界第一，但在世界品牌百强中，中国只有华为、联想两个品牌入围。经过改革开放40年的飞速发展，一些企业的生产能力、技术水平与研发能力并不弱，只是在“强生产”到“强品牌”之间，还有很长一段路要走。

从国家到地方到企业，一直相当重视扶持、发展自主品牌。自2014年以来，中国自主品牌的发展逐年写进政府工作报告，提到了国家发展战略的高度，各地也陆续推出了中小企业品牌扶持计划。而各大电商平台也为企业提供了展示品牌的 new 渠道。诸如“新品牌计划”之类聚焦于小微制造业成长，打通需求与生产端的信息流，帮助中小企业以最低成本培育品牌的电商行动，也应运而生。

品牌是生产者和消费者共同的追求，是供给侧和需求侧升级的方向，是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。“互联网+”时代，利用互联网发展与精准的商业模式扶持中小企业打响自主品牌，不仅能助力中小微企业挖掘生产潜能，也能为消费者创造价值；最关键的是，这反过来为整个中国制造业产业升级赋能。

“便宜有好货”的高性价比购物，始终是最真实的市场需求。哪怕是在发达国家，这也是最成功的商业模式之一。比如美国的著名商超Costco，以贴近成本的低价著称，将高质量的产品卖得便宜。德国也有这样的超市，比如Aldi。

通过政策扶持、电商平台助力扶持，能不能打造更多自主品牌、让便宜的好货成为可复制的成功商业模式，让山谷里的野百合也能有春天，这既是企业的需要，也是消费者的需要，更是中国经济转型升级的需要。



市工商局

“容缺受理”制度助企业办证提速

本报讯（记者 潘丽亚 通讯员 王璐）近日，记者从市行政服务中心工商局窗口了解到，为深入推进“放管服”改革，进一步深化企业注册登记“一次办妥”便利化改革，经过一段时间的试运行，从12月份开始，市工商局在全市企业注册登记中正式推行“容缺受理”制度。

容缺受理制度是指申请人在办理企业注册登记时，基本审批条件具备、申请事项中主要材料齐全、符合法定形式，缺少非主要材料或材料存在缺陷、瑕疵，窗口一次性告知需补正的材料、时限和超期处理办法，先受理该申请事项，待补齐申请材料再颁发营业执照的制度。

如证照数量不全，经申请人确认未丢失可补交的；决议、章程等文件未提交原件，经申请人确认可以补交原件的；申请文件的文字错误处需加盖印章确认的，经申请人确认可以补盖印章的；或申请文件的文字错误经申请人确认可以提交修改后的申请文件的；决议、章程等企业自制文件中存在文字错误，经申请人确认可以补正的；营业执照、身份证明等复印件不齐全或不清晰，经申请人确认可以补交和更换的；根据实际情况，需要补充提交相关书面说明，经申请人确认可以补交的等情形，市工商局都可以通过“容缺受理”制度，为企业快速办理相关业务。

召陵区

提出监察建议跟踪督导整改

“建议召陵镇党委终止李某某村委员会委员职务，发给李某某的工资由镇政府负责收缴财政；由镇政府牵头向村民公示有本村征地的有关底册，切实处理好该村遗留问题。”近日，召陵区纪委监委在查处涉及征地拆迁违纪案件后，针对召陵镇某村征地拆迁方面存在的问题提出了监察建议。

今年以来，召陵区纪委监委将查办案件过程中发现的问题归纳梳理后，以监察建议书的形式，指出问题，要求案

发单位按照整改要求和时限进行全面整改，从而有效监督基层单位责任落实。

据了解，监察建议书不是单单下发完事，为确保整改落到实处，区纪委监委还建立了跟踪督导制度，要求被建议单位将整改落实情况于限定时间内向区纪委监委书面反馈，从而有效发挥监察建议书的作用。截至目前，该区已经对12个单位下发监察建议书，整改问题23个，督促相关部门单位完善有关制度6项。 何彦军

电商大数据折射消费变化

人均衣着支出40年增长40.6倍

电商大数据真实记录下近年来人们衣食住行等方面的消费变化。昨日，京东发布数据，走俏的羊绒衫和进口海鲜，越来越大的电视屏幕，爆炸式增长的出境游……改革开放40年，品质化消费、升级型消费已成常态。

羊绒衫5年销量增长13.6倍

1978年，全国居民人均可支配收入为171元，到2017年达到25974元，扣除物价因素实际增长22.8倍。人们的衣、食、住、行也从凭票供应、紧缺匮乏、刚需消费，跨入了品质消费的时代。

如今穿暖穿新衣早已不是问题，人们在衣着上的选择大丰富、消费大大提升。国家统计局数字显示，2017年，国内城镇居民人均衣着支出1758元，比1978年增长40.6倍，年均增长10%。

而京东大数据显示，从材质到设计感、国际大牌到小众设计师，人们的穿着越来越追求美感和注重品位。京东上服装相关商品2018年销售额比2013年增长26倍，相关商品数量（SKU）增长20倍。

相比男女装外衣，近年来羊绒衫和女士内衣的销量增幅更加明显。京东大数据显示，2018年羊绒衫销量相比2013年增长了13.6倍，女士内衣销量增长9.4倍，超过男女装外衣的销量增速。消费者对品质和体验更加关注，穿着更加看重舒适健康。

同样热销的还有进口食品。40年前，人们购买粮、油、米、面、肉和牛奶等都要凭票供应。如今，我国城乡居民的食品支出比重已经明显下降，恩格尔系数从1978年的63.9%下降至2017年的29.3%，坐在家中就可以吃到来自全球各地的时令水果。2016年到2018年，随着冷链物流网络的迅速铺设，京东上的生鲜产品销售额增长迅速，按生鲜产品产地划分，进口生鲜增长更为显著，2018年销售额比2016年增长5.8倍，领先于国产生鲜

4.9倍的销售增幅。

57英寸电视最流行

改革开放40年来，中国人的居住条件已不可同日而语，城镇人均住房面积从1978年的6.7平方米增加到2017年的36.9平方米，乡村人均住房面积从1978年的8.1平方米增加到2017年的46.7平方米。

人们住进高楼大厦，电视、空调、冰箱、热水器都是家庭的基本配置，市政供暖、自取暖、地暖、大容量热水器，让家真正温暖舒适起来。电视仍是客厅主角，屏幕越来越大越清晰，功能丰富。洗碗机、扫地机器人、智能马桶盖这些消费升级物种陆续出现，不断提升着人们的生活质量和幸福感。

京东大数据显示，2018年京东上与居住相关的商品销售额比2013年增长了8倍，相关商品数量（SKU）增长9倍。

以电视机为例，2018年销量相比2013年增长14倍，销售额增长了12倍。对比2013年和2018年最热销的五个电视机型号，屏幕平均尺寸从43.6英寸扩大到57英寸，六年间增加了31%，并且全部为4K超高清画质电视。

旅游时长大幅增长

交通工具的迭代扩大了生活半径，改变了人们的生活方式。目前周末和节假日，各种自驾游、国内游、出国旅游已蔚然成风。2018年，京东上汽车安全自驾游类商品的销售占比2013年增长24倍，境外旅游和国内旅游产品销售额相比2014年增长68倍，其中境外游增长更为突出，销售额增幅达104倍，超过国内旅游31倍的增幅。

人们走出国门看世界的旅游半径越来越广阔，旅游时长也大幅增长。这一点从2014年、2018年京东上最热销的境外游产品可以看出：几年前，人们境外游的目的地多以前日韩、东南亚为主，出行时间不超过一周；而如今，南美、北美、欧洲、中东10天以上的深度游更受欢迎。 人民网