

党员10027.1万名 基层党组织525.0万个

中国共产党党员队伍稳步壮大 结构持续优化 基层党组织建设更加坚强有力

新华社北京6月30日电 中央组织部最新党内统计数据显示,截至2024年底,中国共产党党员总数为10027.1万名,比上年净增108.6万名。党的基层组织525.0万个,比上年净增7.4万个。中国共产党坚持用改革精神和严的标准管党治党,着力建强基层组织、锻造过硬队伍,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供坚强组织保证。

党员总量平稳增长。党员总量比上年增加1.1%。全年发展党员213.1万名,其中生产、工作一线的112.0万名,占52.6%;大专及以上学历的115.9万名,占54.4%;35岁及以下的178.4万名,占83.7%。

党员队伍结构持续优化。截至2024年底,大专及以上学历党员5778.6万名,占57.6%,比上年提高1.4个百分点;女党员3099.5万名,占30.9%,比上年提高0.5个百分点;少数民族党员773.4万名,占7.7%,与上年

持平;工人和农民仍是党员队伍主体,占总数的32.7%。

党员教育管理进一步加强。各级党组织坚决贯彻落实党中央决策部署,巩固拓展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育成果,扎实开展党纪学习教育,进一步加强党员教育培训,全年培训党员数量比上年增长16.5%,县级以上党委对436.6万名基层党组织书记开展脱产培训。党的组织生活严格规范,3200个地方党委领导班子召开民主生活会,451.8万个党支部召开组织生活会、开展民主评议党员。党内表彰激励关怀有力推进,各级党组织共表彰先进基层党组织17.5万个,表彰优秀共产党员72.8万名,表彰优秀党务工作者24.0万名。全年颁发“光荣在党50年”纪念章89.4万枚。

基层党组织不断夯实巩固。全国共设立基层党委

30.6万个、总支部33.0万个、支部461.4万个,分别比上年增加0.9万个、0.5万个、6.0万个,组织设置更加科学规范。抓党建促乡村振兴深入推进,村党组织带头人队伍建设不断加强,48.5万名村党组织书记中,大专及以上学历的占47.6%,比上年提高3.6个百分点。持续派强用好驻村第一书记,现任驻村第一书记19.2万名,覆盖全国39.5%的行政村。党领导基层治理的体制机制更加健全,为基层减负赋能深入推进,城乡社区党建工作力量进一步充实,党建引领基层治理效能持续提升。各领域党的组织覆盖持续巩固扩大,机关、事业单位、企业和社会组织党建工作取得新成效,基层党组织政治功能和组织功能不断增强,党的政治优势、组织优势不断转化为发展优势、治理优势,为服务党和国家工作大局、推动经济社会高质量发展凝聚强大力量。

1至5月限上零售额445.2亿元 我市消费市场持续升温

本报讯(记者 宋玉璐)6月30日,市政府新闻办举行新闻发布会,介绍提振消费工作情况并回答记者提问。

今年以来,我市先后印发《潍坊市加力提振消费行动方案》《关于促进服务消费高质量发展的实施方案(2025-2027)》和《2025年“一局一品”提振消费专项行动工作安排》,启动实施2项提振消费专项行动,修订《潍坊市会展业高质量发展政策措施》。1至5月,全市实现限上零售额445.2亿元,同比增长12.4%,居全省第4位,高于全省5个百分点,高于全国6.1个百分点。

全市先后举办系列促消费活动200余场,先后发放“惠享潍坊购物餐饮”消费券、“惠享潍坊·嗨购保税”消费券,接续春节、“五一”消费热潮,持续保持市场热度。评选推出“潍坊十大地标美食”和“十大电商企业、十大网销品牌、十大电商主播”,编印《寻美潍坊city walk攻略》,联合驻潍高校评选“乐购潍坊”形象大使,多形式、多角度宣传推荐我市的特色美食、名优产品、重点节会活动,不断扩大城市消费知名度和影响力。在风筝会期间举办“春游齐鲁服务消费季”,创新打造了“风筝+消费”融合新模式,有机串联文旅旅游、体育赛事、健康养老

等服务消费,将我市促消费活动影响范围扩大到全国甚至国际,累计吸引23.6万人次参与。

加力扩围提质实施消费品以旧换新,相继制定实施汽车、家电、数码产品、电动自行车和家装厨卫等6项消费品以旧换新实施细则。今年新增手机、平板、智能手表(手环)等数码产品。家电以旧换新在去年8类产品的基础上新增净水器、洗碗机、电饭煲、微波炉等4类产品。将11类家居产品和25类适老化改造产品纳入家装厨卫“焕新”补贴。今年参加消费品以旧换新的市场主体和产品型号进一步增多,家电前两批参与企业达到1350家,是去年家电参与企业总量的3.5倍;家装厨卫“焕新”产品型号超39000个,是去年的7倍。截至6月24日,商务领域消费品以旧换新交易超88.1万笔,直接拉动消费超过81.4亿元。

组织重点品牌厂家和商贸企业持续开展进社区、进乡村、进政企、进平台、进展会活动,将政策信息、优质产品和服务送到消费者身边。开展电商主播探店活企促销行动,组织30名电商主播达人,走进青州花卉等20余家电商产业带企业直播打卡,拍摄短视频200余条,开展直播500余场,吸引近千万人次观看,帮助120余家企业、300余款产品实现网络销售额8000余万元。

《潍坊市2025年消费品以旧换新居家适老化改造补贴实施细则》发布

本报讯(记者 宋玉璐)6月30日,《潍坊市2025年消费品以旧换新居家适老化改造补贴实施细则》政策例行吹风会召开。

为全面贯彻落实国家、省决策部署,进一步释放银发消费潜力,促进全市老年人生活品质提升,市民政局会同市发展改革委、市财政局、市住房和城乡建设局、市商务局、市市场监管局印发《潍坊市2025年消费品以旧换新居家适老化改造补贴实施细则》。

《潍坊市2025年消费品以旧换新居家适老化改造补贴实施细则》明确补贴对象是在潍坊市60周岁及以上老年人,且所购产品收货地址在潍坊市境内的。补贴范围涵盖对地面和门改造、卧室改造、如厕洗浴设备改造、厨房设备改造、物理环境改造、智能辅助设备改造等6种改造场景,共25个品类居家适老化改造产品。补贴标准为单件产品补贴额度为其实际销售价格的30%,是所有消费品以旧换新补贴政策中补贴比例最高的。同时明确每位个人消费者购买每件产品可补贴1次,每件补贴不超过2000元。最多购买6件补贴产品,总补贴金额不超过12000元。参与居家适老化改造补贴政策的产品,不重复参与其他消费品以旧换新补贴政策。消费者在享受政府以旧换新居家适老化改造补贴时,可同时叠加享受商家各类优惠政策。实施时间自潍坊市家装厨卫“焕新”服务平台上线之日起,补贴资金使用完毕即止。政策如提前结束,及时发布公告。本次适老化改造补贴采取线上“一键申领”。消费者通过云闪付App“鲁换新”小程序或“潍坊以旧换新”专栏,完成实名认证后领取相应产品种类的补贴。领取成功后,消费者可前往参与活动的线下门店购买政策适用商品,商家核销补贴券后,使用云闪付支付享受立减优惠。

本轮消费品以旧换新居家适老化改造补贴的具体申领流程:

申领步骤。打开云闪付App,点击“鲁换新”小程序,选择“潍坊市”,进入“居家适老化改造专区”。点击进入“补贴资格券申请”,输入姓名、手机号、身份证号,进行资格校验。校验完成后,根据个人需求选择“适老化改造类型”,查看并领取相应的补贴券。如顾客无云闪付App,可以通过手机应用商店下载,实名注册并绑定个人银行卡。购物时,消费者出示补贴资格码,商家使用专用资格核销终端扫描补贴资格码,自动激活活动商品优惠,平台系统自动核销补贴权益,按照优惠补贴后的金额进行支付。支付完成后,消费者需配合商家做好订单信息和资料上传。

注意事项。为方便老年群体,专门增加了家属代领代买通道。校验为非60岁以上消费者,确认是否代买。代买消费者需上传老人身份证正反面照片。每人最多可领取6个不同品类的补贴券,消费券获取后,注意查看补贴券状态,在有效期内使用。若补贴券未使用,过期失效后,可再次领取。补贴券领取人和实际付款人必须一致。在核销环节,展示消费券即可实现支付立减,同时叠加各家银行补贴优惠。

保障措施。为确保顾客和企业在活动使用过程中遇到的问题能够得到及时解决,银联商务提供了多维度的服务支持。客服热线:银联商务24小时客服电话95534,顾客和企业如有任何疑问,均可随时拨打咨询。另外银联商务还提供专业服务:为参与本次活动的每个企业指定了一对一服务的专业人员,为企业全程指导和支持,全力保障活动顺利实施。



别让儿童图书沦为“奢侈品”

□本报评论员 赵春晖

“童书太贵了,快买不起了。”前两天,走出书店的北京市民王女士向记者抱怨道,“有的童书一本书没几页,却动辄上百元。”记者近日走访北京多家书店儿童图书区看到,确实有不少童书包装非常精美,相应的价格不菲。在书店采访30位家长发现,大多数家长都表达了市面上儿童读物价格太贵的观点。(据《法治日报》)

儿童图书是孩子获取知识、塑造价值观的基石,也是培养想象力与创造力的沃土,是成长路上的良师益友。但如今的图书市场,儿童读物却有变为“奢侈品”的趋势,图书的外包装变得越来越精美,价格更是水涨船高,一本儿童图书的价格动辄几十元、上百元,这种拒人于千里之外的定价,已经超出了普通家庭的消费能力,很容易把孩子挡在知识的大门之外。

造成儿童图书价格高昂的原因有很多,出版成本是重要因素,但市场的过度商业化才是主要推手。一些出版商瞄准了家长在教育投入上的“舍得”,为追求更高利润,就将图书过度包装,打着“豪华版”“典藏版”的旗号,声称这些精美包装、精巧设计能够“激发孩子的阅读兴趣”,实际上只不过是骗人的营销手段。

儿童图书最大的功能是供孩子随时随地可以翻阅,进而从中获取精神食粮。出版商却把心思花在书本的外包装上,使得儿童读物的“形式大于内容”,让家长陷入了“买椟还珠”的尴尬境地。而且,图书包装过于豪华,也极易把儿童的注意力带偏,诱发虚荣、攀比之风,与阅读的初衷背道而驰。

构建健康的儿童读书生态,纠正“奢侈化”倾向,需要社会各方共同努力。有关部门要加强对儿童读书包装、定价的监管和引导,促进行业健康有序发展。出版机构应该正视儿童和家长的需求,明确儿童图书的核心价值是传播知识,要把主要精力放到书本的内容把关和图书质量提升上,坚持“内容为王”而非“包装为王”。家长更要增强理性消费意识,尽量选择物美价廉的平价图书,多关注图书内容,坚决杜绝奢靡、攀比、虚荣之风污染孩子的阅读心态,从消费端给“高价童书”降降温。

只有当儿童读书定价符合正常家庭的消费能力,知识才会随着书本飞入千家万户,成为照亮更多孩子成长道路的“灯塔”。