

张高丽在北京市考察经济普查登记工作时强调 确保单位不重不漏指标不缺项数据可信

新华社北京1月3日电 中共中央政治局常委、国务院副总理、国务院第三次全国经济普查领导小组组长张高丽1月3日上午在北京市考察第三次全国经济普查登记工作，先后到东城区雍和宫大街报刊亭、爱希创业商贸有限公司、北京演艺集团、经济普查宣传点等调研普查情况，看望慰问普查对象和普查人员。

张高丽指出，第三次全国经济普查是在我国进入全面建成小康社会决定性阶段、中央作出全面深化改革总体部署后进行的一次重大国情国力调查。搞好这次经济普查，查准总量，查清结构，查实单位，把家底摸清，得到

管用、实用、好用的数据，对全面深化改革、加快转变经济发展方式、保障和改善民生、推动经济社会持续健康发展，具有十分重要的意义。

张高丽要求，各级政府要认真贯彻落实国务院决策部署，加强领导，精心组织，扎实推进普查工作。各有关部门要各司其职，各负其责，密切配合，确保普查工作顺利进行。居委会、村委会等基层组织，要积极协助配合普查人员做好现场登记工作。企业和个体经营户等普查对象要依法及时如实申报资料。全社会都要热情参与和积极支持普查。广大一线普查人员要以高度的责任感和使

命感，严格遵守业务流程规范，认真核实，逐一登记，逐项查清，做到单位不重不漏，指标没有缺项，确保工作质量。

张高丽强调，数据真实准确是普查工作的灵魂，也是最根本、最核心的要求。普查数据必须实打实、硬碰硬，决不能带水分。要严格执行《统计法》和《全国经济普查条例》，严肃普查纪律，实施全过程质量控制，用好普查电子化手段。普查机构和普查人员要坚持独立调查、独立报告，为普查对象的个体资料保密。任何单位、任何个人都不得在普查数据上弄虚作假，一经发现，要严肃处理。

张高丽表示，普查的目的全在于运用。要积极利用普查获取的最新数据，为党和国家科学决策提供高质量、高水平的参考依据。及时发布和提供统计数据，大力促进信息共享，满足社会需求，推动普查成果转化和深度开发利用。

据了解，第三次全国经济普查登记工作自2014年1月1日起正式启动。在今后3个月中，全国300万普查人员，将通过联网直报和手持数据采集移动终端，完成对70万个普查小区数千万普查对象的逐一登记。

中共中央政治局委员、北京市委书记郭金龙陪同考察。

践行群众路线
整改进行时

本报讯 记者苏民报道：开展党的群众路线教育实践活动以来，北京市委把专项整治作为整改落实的重中之重，将其贯穿教育实践活动始终，坚持“准”、“狠”、“韧”，着力推进专项整治工作。截至目前，全市8个方面38项专项整治中，去年底前完成25项，将于2014年1月31日前完成的有12项，待中央明确相关规定后开展整治工作的1项。目前各专项整治均取得了阶段性成果。

以大气污染防治为重点，全面打响治理“城市病”的攻坚战，是北京市8个方面专项整治内容之一。

针对首都快速发展带来的诸如人口无序过快增长、大气污染、交通拥堵、部分地区环境脏乱、违法建设问题突出等“城市病”，北京市委以敢于担当、敢于碰硬的精神，通过实施“签订责任书，立下‘军令状’，全市总动员”，以壮士断腕的勇气全面打响了治理攻坚战。

在治理大气污染方面，制订2013年至2017年清洁空气行动计划，确定到2017年PM_{2.5}年均浓度比2012年下降25%以上的奋斗目标，加强源头治理，提出空气重污染应急管理措施，制定《北京市大气污染防治条例（草案）》；在城乡生态环境建设方面，制定了生活垃圾处理设施建设3年实施方案和加快污水处理和再生水利用设施建设3年行动方案，抓好平原地区百万亩造林工程；在遏制交通拥堵方面，严格控制机动车总量，控制机动车使用强度，坚持优先发展公共交通的方针，加快轨道交通建设，优化地面公交线网结构。

在群众反映突出的“门难进、脸难看、事难办”等问题上，由市纪委监察局牵头，组织针对工作人员“吃拿卡要”、作风粗暴、暗箱操作、以权谋私，对待群众来访态度生硬、推诿扯皮以及利用便民服务谋取不正当利益、“庸懒散”等问题开展整治，同时拓宽监督渠道，加大对窗口和服务部门的监督力度，有效推动各相关单位提高了办事效率，出台了若干便民利民措施。

围绕“三公”经费开支过大问题，北京由市财政局牵头进行研究部署，对市级部门和区（县）政府提出整治工作要求，并成立10个检查组对40个一级部门预算单位（及其所属的1个二级单位）进行重点检查。同时，严格审核审批新申报的因公出国任务，截至2013年11月底，全市因公出国人次数与2012年同期相比下降了18.0%；因违规出国（境）问题，约谈12个单位26人次，并处理违规违纪情况5起，全市通报查处违规违纪行为2起。

针对企业和社会反映的突出问题，北京市进一步清理和精简行政审批事项、整合优化审批流程，共取消和下放的审批事项359项，将一般性投资项目审批时限由平均300天左右，优化为平均不超过120天。坚决取消没有实际效果的节庆论坛展会活动，以市政府名义和市政府委办局名义举办的活动压缩了50%以上。

32个城市列入创建国家公共文化服务体系示范区第二批名单

本报北京1月3日讯 记者金晶报道：记者从今天在京召开的全国文化厅局长会议上获悉，2013年我国公共文化服务体系建设稳步推进。国家公共文化服务体系示范区（项目）创建第一批31个创建城市和45个示范项目通过验收，32个城市和57个项目列入第二批创建名单。

此外，我国公共数字文化建设全面推进，全国文化信息资源共享工程已建成2843个市县中心，29555个乡镇（街道）基层服务点，60.2万个村（社区）基层服务点，资源总量达到200.29TB；公共电子阅览室已建成28639个；数字图书馆推广工程已在全国33家省馆、374家市馆全面实施，市级以上公共图书馆数字资源约6000TB。

世博会博物馆上海开建

本报讯 记者沈则瑾报道：国内首座国际性博物馆世博会博物馆日前在上海开工建设，建筑设计方案同时揭晓。建筑主体由代表历史、冥想和永恒的“历史河谷”和代表未来、开放和瞬间的“欢庆之云”意象叠合而成。

世博会博物馆是国际展览局唯一官方博物馆及官方文献中心，建筑设计主题聚焦“世博记忆”与“城市生活”。博物馆计划2016年5月1日上海世博会开幕6周年纪念日建成开馆。



在山东青岛胶州打工的王欢日前从铺集镇计生服务中心工作人员手中领取“新青岛·新市民·新家园”服务卡。近年来，青岛市积极探索流动人口管理工作模式，通过开展“新青岛·新市民·新家园”等行动推进流动人口与户籍人口公共服务均等化。

曹嘉文摄

共同的精神家园，让我们一起培植

——2013年宣传思想文化工作亮点回溯

本报记者 姜 范

行分众化宣讲。为做好党的十八届三中全会精神的宣传，有关部门组建了面向农村、企业、高校3个方面的宣讲团，面对面交流，既讲理论、讲政策，又讲实际、力求解决实际问题。从江南到塞北、从高原到边陲，共计35场宣讲报告、50多场交流互动活动、直接和间接听众达1800多万人。有针对性地分众宣讲，宣讲者有的放矢，听众豁然开朗，良性的互动让宣讲贴近了基层，贴近了百姓。

好人就在我们身边——社会主义核心价值体系建设走入寻常生活

2013年，我们毫不吝啬地编织了各种“最美”桂冠，为那些平凡的时代代言者加冕。

和我们一样，他们也来自平凡的生活。他们的助人为乐、见义勇为、诚实守信、敬业奉献、孝老爱亲，都发生在日常的生活和工作中。平凡的人们给我们最多感动。他们用自己的一言一行诠释了关于幸福快乐、关于梦想追求、关于信仰责任的深沉命题。

——幸福是奉献是爱，给予爱的同时你也会收获爱。北京“的哥”康健平说，能为别人带来快乐，自己就会从不断帮助别人中获得快乐。宁波爱心捐款者“顺其自然”连续15年向宁波市慈善总会捐款。这位好心人是谁，人们一直没有找到，但越来越多的后来者成了新的“顺其自然”。当了20年居委会主任的王兰花，退休后成立了“王兰花热心小组”志愿服务队，成为社区居民的贴心人。人性的美好和高贵，就在一个又一个的平凡日子中锻造成型。

——梦想的实现，来自不懈的追求。农民工郭宏伟20年追求不懈，终于拍成了自己的第一部电影，还成立了自己的影视公司；在北京中关村，程晨和几个20多岁的小伙伴，一起成立了充满奇思妙想的“梦想实验室”……当个人的梦想汇入时代的洪流，就会格外开阔大气。感动了亿万人的“中国航母舰载机之父”罗阳，30个春秋忘我奉献，他的名字将和辽宁舰一起，永远留在我们的记忆中。

公益广告，是2013年一道独特的风景。家，是温暖的港湾，也是理解和关爱。中央电视台曾经播出一部由英文单词“Family”（家）讲述的公益广告，让不少观众记忆犹新：小时候，爸爸是家里的顶梁柱，爸爸遮风挡雨，妈妈相夫教子。长大后，我总想挣脱爸

爸的束缚，屡次顶撞唠叨的妈妈。后来，我渐渐体会到了生活的艰辛，决心做父亲贴身的拐杖，给母亲撑把庇护伞。字母的变化，诠释着时光的变迁和理解的升温：家，有爱就有责任。

温馨的电视公益广告打动人心，充满文化韵味的街头公益广告则以淳厚的中国风令人耳目一新。带着浓郁的传统文化风味的“讲文明树新风”系列公益广告，成为社会主义核心价值体系建设的新载体。风筝、灯笼、秋千、下棋、杨柳依依、五谷丰登、雄鸡报晓、年年有鱼……或温馨和谐、或淳朴悠远、或积极奋进，朴拙有趣地表现出真挚的家国情怀，传递出追求中国梦的共同心愿。

文化产品叫好叫座——改革让文化市场活力迸发

2013年，有3个创纪录的数字可能与你我的文化生活有关：中国电影有了第一个超200亿元票房，国产影片的市场份额达到58.65%，全国新增银幕5077块。

院线的扩张、影片类型的丰富、票价的相对降低，让看电影不再只是逢年过节的消遣，而是成为一种大众化的日常娱乐方式。电影市场敏感地迎合着这些变化，影片对观众细分再细分：你针对“90后”的简单明快，我主打“80后”的青春记忆，还不能忘记当前的消费中坚力量“60后”、“70后”，精准的营销让不少影片获得了可观的票房。

优秀的影片既叫好又叫座。《周恩来的四个昼夜》，以3年困难时期周恩来总理连续4个昼夜在河北武安伯延公社的调查研究为主要内容，用小切口展现了重大革命历史题材的凝重深厚。领袖的风采、创作者的真诚和才华，感动了无数观众。《中国合伙人》以3个大学同窗好友成功创业的故事，展示了我国改革开放30多年来的时代巨变，勾勒出一个生机勃勃波澜壮阔的大时代，赢得了5.39亿元的票房收入。

演出市场在2013年的表现颇有戏剧性。中央5部委联合下发《关于制止豪华铺张、提倡节俭办晚会的通知》，加上此前出台的中央“八项规定”，演出市场立刻出现了清晰的分化：以市场为导向的流行演唱会热度不减，过去靠吃“政府饭”和“央企饭”为主的演出活动却没有了舞台。一冷一热之间，演出市场的泡沫被快速挤出。

一方面，大力倡导和鼓励创作出

无愧于时代无愧于人民的精品力作；另一方面，不断推动文化体制改革继续释放文化生产活力，这两种力量的交织，成为2013年文化发展繁荣的有力推手。

管理自律都是要务——带来思想文化清新空气

管理和自律，也是2013年宣传文化工作的关键词。

回望2013年，不少网络一族发现，网络空间更清朗更有秩序了。出现这一可喜的面貌，整治网络管理、打击网络谣言功不可没。网络谣言具有突发性和流传速度快的特点，极易造成不良影响，已经成为互联网的公害。2013年，整治网络管理让广大网友拍手称快。新闻媒体在严于律己的同时，积极对“两高”惩治网络诽谤相关司法解释宣传报道，对公安机关集中打击网络谣言、北京地区网站联合打造辟谣平台等进行充分报道，营造了“对网络谣言说不”的健康舆论氛围。

同时，新闻媒体围绕改革发展的重大主题，将传播昂扬向上的正能量视为己任。心系教育、就业、房价、收入分配等民生问题，关注浙江余姚水灾、四川芦山地震等突发灾难，以生动深入的新闻报道让群众了解事实真相，纾解群众情绪，让真正的“中国好声音”成为响亮的时代最强音。

2013年，全国新闻战线“走基层、转作风、改文风”活动进入了第三个年头。万千新闻人在路上，与时代同行，和群众一起。观众和读者惊喜地发现：新闻变样了。一个小村庄的故事可以登上《人民日报》头版头条，普通人的喜怒哀乐能够在央视新闻联播播出，习惯于聚焦“大事”的各级党报也开始关注小人物、小事件，群众成为了主流媒体新闻报道的主角。随着“走转改”活动的深入推进，越来越多的新闻媒体把笔触、话筒和镜头对准基层，把版面、荧屏和时段留给百姓，“人民至上”的理念深深融入新闻战线广大采编人员的血脉之中。

从2013到2014的跨年，人们善意地称为“一生一世(1314)”，寄予了美好的祝愿。宣传思想文化工作度过了亮点频闪的“一生”，还将为刚刚开始的“一世”奉献智慧和心力。是的，共同的精神家园，是我们“一生一世”的共同事业。让我们一起培植呵护共同的精神家园，以对历史的责任，以对幸福的尊重，以对人民的热爱。