

年味儿丰台

郭庄子腊八“农时荟”

腊八节当天,丰台区卢沟桥乡郭庄子村推陈出新,将传统年货大集和互联网创新整合在一起,线下年味儿浓,线上补尖儿货,民俗展演、儿童乐园,这个名为“农时荟”的创新大集充满了嘉年华氛围。



110多家商户,30多家“名特优”品牌商户,南来北往的绿色食品,一站式集体现身。制作腊八蒜、喝腊八粥以及为小朋友准备的儿童诗歌创作大赛和冰上活动区域,一场传统农村大集混搭互联网思维的农村嘉年华热闹开场。

郭庄子村有效发挥“二十四节气”等民俗文化的影响力和感召力,举办了郭庄子“农时民俗荟”,这是一个集党建宣传阵地建设、传统文化民俗主题展示、“互联网+”新生活方式引导、特色商品直供销售的大型综合性文化营销活动。借助“农时荟”这个平台,村里已开发出“郭庄子老饕谷儿”老北京特色文化美食,郭庄子大槐树等文化体验产品,促进了集体经济向文化产业发展,更是使广大群众充分领略到农俗和非遗文化内涵。

孟环/文



张雪峰/摄



张雪峰/摄



蔡晖/摄



蔡晖/摄



张雪峰/摄

泛黄老照片述说40年“税”月过往

孩提时代,爷爷最喜欢做的事情是拿出许许多多老照片,戴上老花镜,把我揽入怀中,声情并茂地讲述税务局的往事。从当时读不出那些深意的懵懂少年,到如今成为税务战线上的新生力量,我触摸到了梦想最初的模样,也理解了爷爷对税收事业深沉的热爱。时光流逝,历史伴随着尘埃随风而去,一张张泛黄的老照片,不仅搭建起老税干与新税人沟通的桥梁,更见证着税收发展的沧桑变迁。

四十年,税收宣传触手可及。上世纪八十年代,税收宣传同样精彩,一排排长桌、一个个喇叭是宣传的主阵地,一台台双卡录音机、一张张海报是宣传的主要工具。如今,互联网为税收宣传注入新的活力,微信、微博等新媒体让纳税人足不出户就可以将税收政策一览无余,自媒体发展创造出税收宣传无处不在的神奇。

四十年,服务理念不断升级。上世纪九十年代初期,办税服务厅应运而生,那时是封闭服务的模式,税务干部和纳税人之间隔着厚厚的玻璃。如今,优化营商环境大幕徐徐拉起,开放式服务台、自助办税终端、网上办税体验区、等候休息区如雨后春笋般不断兴起。从一窗一事到一窗式综合服务,

从窗口排长龙到微信预约,从“最多跑一次”到“一次不用跑”,纳税人与日俱增的幸福感和获得感,为新时代写下温暖诗篇。

四十年,出行工具更新换代。上世纪八十年代,二八型自行车是最高级的交通工具,上世纪九十年代,长江750三轮摩托车成为出行的新主力,“虽然晴天是黑人,雨天是泥人,但是我们还是坚持走街串巷为纳税人讲政策、送温暖”,爷爷自豪地说着笑着。随着道路条件的改善和汽车的普及,税务干部出行更加便利。十八大以来,税收优惠政策相继出台、持续发力,税务人紧扣时代脉搏,情注万千税户,深入企业将政策红包一并送起。

四十年,信息化异军突起。上世纪八十年代,税务人员要到较大规模企业担任驻厂员。爷爷当时在棉纺厂,一人到厂,全事通管,承担着发票领购缴销、税款征收、纳税检查等工作,计算基本靠算盘。如今,“数字管税”理念深入人心,从catais到金税三期上线,以税收数据“大集中”为核心,利用日常管理、发票监控、税务稽查等渠道掌握纳税人生产经营变化情况,有效提高纳税人税法遵从度和满意度,降低征纳成本和执法风险。

四十年时光悠悠,征路迢迢;四十年天翻地覆,乾坤再造。我将继承爷爷对税收事业的无限忠诚,用一腔热血、一份真情和一身担当去谱写属于我们自己的“税”月青春!

(丰台区税务局 卢敏)

《丰台报》进社区

吴德法

丰台报进咱社区,聚焦两会热议题。关心丰台大小事,惠民保稳促发展。养老传承子孙福,社区改革见成效。拆墙打洞已根除,攻坚克难务实干。疏解腾空绿家园,共创文明示范区。绿水青山是金山,生态环境享万代。远景规划展宏图,惠民政策已落地。提升居民获得感,幸福指数年年增。快速奔跑中国梦,齐心协力谱新篇。

益智游戏

找不同(第89期) 作者:张志刚
共七处不同,答案见本版



本期答案

