

关于优化我县营商环境激发县域经济活力的建议

县政协委员 郭静



优化营商环境是贯彻落实党中央、国务院关于推动高质量发展决策部署的重要举措,也是深入落实辽宁省委、省政府工作要求,结合省委“听真话、解难题、聚合力”座谈会精神,强化“政策环境、市场环境、政务环境、法治环境、人文环境”五位一体建设导向,近年来,我县将优化营商环境作为推动高质量发展的基础性工程,坚持以企业需求和群众满意为导向,持续深化“放管服”改革,县域经济在规模、贡献与创新上均展现出良好态势,为破解我县营商环境中存在的问题奠定了坚实基础。

一、我县营商环境建设现状

全面推进“一网通办”“高效办成一件事”,政务服务效能显著提升。目前,平均事项材料数精简至 4.78 个,平均事项环节总数压减至 2.54 个,一般性企业开办由 3 个工作日内办结缩减为 4 个小时。同时,建立健全领导干部联系企业制度和营商会客机制,年初以来,累计走访企业 100 余家,协调解决各类问题 55 个,企业诉求办结率 100%,为经济发展营造了更加公平、透明、可预期的

制度环境。

在持续优化的营商环境推动下,逐步形成以氟化工、新能源等特色产业为支撑的县域经济格局,全县地区生产总值实现 201 亿元。民营经济规模稳步扩大,市场主体总量突破 7.4 万户,产业集群特色日益凸显,创新能力持续增强。

二、当前营商环境中存在的主要问题

(一)政策传导不畅,跟踪服务不到位
一是政策宣传解读不足。惠企政策出台后,宣传渠道较为单一,解读不够深入,导致企业特别是中小微企业对政策内容、申报条件和办理流程不了解,“政策空转”现象依然存在。二是政策兑现机制不健全。部分政策缺乏具体操作细则,申报流程复杂,审核周期偏长,影响了企业的获得感。三是响应企业诉求滞后。虽然已建立联系企业制度,但在问题转办、跟踪督办和结果反馈等环节机制仍不完善,部分企业反映的问题办结周期过长。

(二)涉企执法不规范,影响企业预期
一是执法频次过高、重复检查。多个执法部门各自组织检查,频次过高且时间重叠,干扰了企业正常生产经营。二是执法标准不够透明。部分执法行为缺乏明确的标准和程序规范,自由裁量权偏大,企业难以形成稳定预期。三是“一刀切”式执法仍然存在。在环保、安全等领域,存在为规避责任采取“一律关停”“先停再说”等简单化处理方式,挫伤了企业发展的积极性。

(三)政策服务不够精准,要素保障与跟踪机制不健全

当前,企业在融资、人才、用地、用能

等方面的困境,一定程度上反映出政府在资源对接、跟踪服务和机制保障上的不足:一是政策资源与企业需求匹配度不高。尽管出台了一系列惠企政策,但在融资对接、人才引进、用地保障等方面,缺乏针对不同行业、不同发展阶段企业的精准分类服务机制,导致政策“雷声大、雨点小”。二是人才、土地、能源等要素保障能力不足。企业在人才引进中存在落户、住房、子女教育等后顾之忧,需要政府提供更集成、更主动的服务解决方案;在用地、用能方面,缺乏园区整体规划与企业个性化需求的有效衔接,导致项目落地慢、成本管控难。三是涉企服务未能形成全周期闭环。从企业签约落户到生产经营,再到扩产升级,各阶段的要素需求不同,但目前的跟踪服务多为“碎片化”响应,缺乏全程护航机制,导致企业获得感不强、满意度不高。

三、优化营商环境的对策建议

(一)构建精准高效的政策服务传导机制

加强政策集成与解读,编制《民营企业政策指南》,开展“政策宣讲进企业”活动。优化服务流程,依托大数据平台实现“政策找企业”转变,加快“直达快享、免申即享”。建立“接诉即办”机制,形成“统一受理、分级转办、限时反馈”闭环,做到“事事有回音、件件有着落”,特别是对政府签约承诺未能兑现政策的,应采取“一事一议”的方式予以“变向”支持。

(二)规范涉企执法行为,营造公平法治环境

推行“综合查一次”制度,制定联合检查计划,实现“进一次门、查多项事”。

明确执法标准与程序,公开事项清单和裁量基准,推行全过程记录。实施包容审查监管,建立柔性执法机制,坚决整治破坏营商环境问题,打造公正透明的法治环境。

(三)强化要素保障,切实降低企业成本

建立政策匹配与推送专员制度,为重点企业和中小微企业提供“一对一”定制服务。构建要素保障协同机制,定期召开联席会,实行“一企一清单、一事一方案”闭环处理。推动“融资+融智+融链”一体化服务,开发专属金融产品,同步绘制产业链图谱,强化上下游“撮合”对接,完善人才服务,实现“一站式”办理,推动校企合作培养技能人才。

(四)完善长效机制,强化组织保障与作风监督

一是建立营商环境常态化跟踪评估机制。由分管领导牵头,定期对各部门政策落实、服务效能、企业满意度等进行综合评估和“回头看”,推动形成“发现问题—整改提升—持续优化”的良性循环。二是主动开展企业全链条服务。对企业入驻到投产、达效、扩能全链条的主动性、持续性服务,是打造一个地区营商环境的关键。跟进式定期开展作风评比与实效回访,推动一线服务向“解决问题、赢得认可”深化,营造“亲商安商的人文环境”。三是强化组织与纪检联动督导。推动组织部门将优化营商环境工作实绩纳入干部评价体系,作为选拔任用的重要参考;纪检监察部门对推诿扯皮、吃拿卡要、敷衍塞责等破坏营商环境的行为严肃追责问责,持续释放“优环境、强作风、促发展”的鲜明信号。

关于系统实施品牌强县战略加快推动我县由农业大县向农业强县转变的建议

县政协委员 刘海超



当前,我县农业正处在由农业大县向农业强县转变的关键时期,实施品牌强县战略,将农业规模优势、生态优势转化为品牌价值优势和市场竞争优势,是做好“粮头食尾”“畜头肉尾”“农头工尾”转化增值的重要环节。实施品牌强县战略,是将我县农业资源禀赋转化为核心竞争力的必由之路,是实现“晋级升位”与农业强县宏伟目标的关键之举。

一、发展现状

我县耕地面积 478 万亩,占土地面积的 51%,农业 GDP 占比达 31.47%。2024 年 12 月,获省农业农村厅、省发展改革委、省财政厅联合授予的“农业特色县”称号。这为全面推进品牌强农战略、建设现代农业强县奠定了坚实基础。一是产业根基持续巩固。粮食综合生产能力稳固,总产连续多年稳定在 30 亿斤以上,高标准农田建设面积突破百万亩;保护性耕作、单产提升等关键技术应用广泛。以花生、杂粮、畜牧为代表的特色主导产业集群发展态势良好,拥有老河土“中国花生产业第一镇”等产业地标,成功吸引伊利乳业、维远食品等 36 家深加工企业入驻农产品加工产业园。二是品牌建设初见成效。全县累计获得绿色食品、有机农产品、地理标志产品及全国名特优新产品认证 66 个。其中“阜新花

生”“化石戈小米”获国家地理标志登记保护,“老河土花生”品牌评估突破 11 亿元,“福兴地西红柿”被评为全国名特优新产品。三是支撑体系日益完善。新型农业经营主体蓬勃发展,拥有市级以上农业产业化龙头企业 62 家,成功创建国家级农民专业合作社质量提升试点县、国家级电子商务进农村综合示范县;建有东北地区唯一的花生产业院士专家工作站;覆盖全域的智慧气象服务网络,为农业品牌化提供了现代化的基础设施。

二、存在问题

一是品牌体系不完善。现有品牌资源呈现“碎片化”状态,缺少一个能够整合全域资源、彰显地域特色的统领性公共母品牌。同时,产品品质缺乏稳定、透明、可验证的追溯机制支撑,导致市场认知模糊,整体品牌信誉与溢价能力薄弱。二是产业链条不深入。农业生产与后续加工、营销环节衔接不紧,多数产业仍以原料供应和初级加工为主,龙头企业、合作社与农户之间多为松散的买卖关系,未能构建“风险共担、利益共享”的紧密型产业共同体。三是市场连接不紧密。品牌营销方式相对落后,对新媒体矩阵、内容电商、社群运营等现代传播与销售模式的整合应用不足。对产品背后的历史文化、科技内涵、生态价值等品牌故事挖掘不深,线上线下渠道协同效能不高,难以有效触达和开拓高端消费市场。四是要素保障不充分。针对品牌农业发展的顶层设计与战略规划仍需强化,持续性、针对性的财政专项资金支持机制有待建立。精通品牌战略、市场策划及精深加工技术的专业人才较为短缺。在营商环境方面,面向品牌创建、产业链关键项目落地的全流程服务机制和“绿色通道”有待进一步畅通和优化。

三、对策建议

(一)构建“清晰聚合”的品牌管理与标准体系,破解品牌分散与信任难题

一是强化顶层设计与品牌架构。建议成立高规格的“阜新县优品”品牌建设领导小组,统筹规划。聘请专业智库,完成涵盖品牌战略定位、文化内核、视觉形象、管理规范的系统设计。明确以“阜新县优品”为统领全域的母品牌,系统整合现有“老河土花生”“化石戈小米”等优质子品牌,构建层次清晰、支撑有力的品牌矩阵。二是健全标准体系与追溯机制。围绕主导产业,加快制定覆盖全链条的团体或地方标准。在花生、杂粮等核心品类率先推广应用区块链、物联网技术,建立“一物一码”全程可信追溯体系,实现品质信息透明可查,为品牌提供坚实的信任基石。

(二)构建“深度融合”的产业与主体培育体系,破解链短体散与利益脱节难题

一是创新“品牌产业联合体”组织模式。大力扶持发展以龙头企业为核心、合作社为纽带、家庭农场和农户为基础的紧密型“品牌产业联合体”。推动联合体实行统一的生产标准、品牌运营和市场营销,在花生产业攻关精深加工,在畜牧产业全面推进产加销一体化,形成利益共享、风险共担的共同体。二是深化科技赋能与文化注入。持续深化与院士工作站、省农科院等科研院所的协同创新,重点突破农产品精深加工关键技术。深入挖掘我县历史文化与生态资源,实现其创造性转化,融入品牌故事与文化内涵,以提升品牌附加值。三是加强品牌专业人才培养。将品牌理念与知识纳入高素质农民培育体系。引进和培育品牌运营、电商营销、产品研发等领域的专业人才和团队,为品牌战略实施提供核心智力支持。

(三)构建“高效顺畅”的营销与

渠道体系,破解营销乏力与渠道滞后难题

一是实施立体化整合传播。围绕“阜新县优品”品牌核心价值,打造品牌形象,讲好品牌故事。综合利用传统媒体、新媒体及地方特色节庆活动,集中讲好特色农产品的科技、健康与绿色故事,提升品牌知名度与美誉度。二是拓展多元化现代销售网络。在巩固传统渠道的同时,全力运营好主流电商平台的“阜新县优品”官方旗舰店。积极发展直播带货、社群团购、会员定制等新兴业态。针对重点目标市场,布局品牌形象店、社区体验店,实现精准营销。三是主动参与高端平台展示。统一组织,集中力量带领子品牌积极参加省级、国家级重要农业展会及贸易洽谈活动,提升品牌在专业领域和高端市场的地位与影响力。

(四)构建“有力有效”的政策支持与保障体系,破解要素保障与服务欠缺难题

一是加大财政与金融创新支持。建议设立县级农产品品牌建设发展专项资金,优化整合涉农资金使用效率,重点支持标准制定、追溯建设、营销推广等关键环节。引导金融机构创新推出“品牌贷”“供应链金融”等专项信贷产品,加大对品牌联合体及精深加工项目的融资支持。二是强化产业链精准招商引资。围绕品牌农业产业链的薄弱与高附加值环节,瞄准行业头部企业和关键机构,开展定向招商、以商招商。对重大产业项目实行专班服务,加速形成产业新增长点。三是优化营商环境与服务机制。简化涉农项目审批流程,对品牌农业重点企业在要素保障方面予以倾斜。建立品牌建设与服务“绿色通道”,对重点产业链项目提供从签约、落地到投产的一站式服务,确保项目高效推进,早见成效。