

提升基层治理水平 夯实国家治理根基

新华社记者 高蕾 孙少龙
《中共中央国务院关于加强基层治理体系和治理能力现代化建设的意见》7月11日对外发布。意见从完善党全面领导基层治理制度等方面入手,对健全党组织领导的自治、法治、德治相结合的城乡基层治理体系,提高基层治理社会化、法治化、智能化、专业化水平提出具体要求。

基层治理是国家治理的基石。基层强则国家强,基层安则天下

安。一个国家的治理体系和治理能力的现代化水平很大程度上体现在基层,党和国家的大政方针能否真正落实落地,关键也要看基层。统筹推进乡镇(街道)和城乡社区治理,是实现国家治理体系和治理能力现代化的基础工程,必须常抓不懈,丝毫不能放松。

基层是社会治理的基础和重要支撑。“治国无常,而利民为本”,党和国家的方针政策能不能贯彻好、

落实好,事关每一位老百姓的切身利益。要坚持以人民为中心,提高基层特别是村(社区)服务能力,着力解决人民群众操心事、烦心事、揪心事,才能不断提升人民群众获得感、幸福感、安全感。

要提升基层治理水平,就必须坚持与时俱进,应对新情况、解决新问题。当前,中国特色社会主义进入新时代,社会面貌发生深刻变化,利益格局也在进行深刻调整,这要求我们

不断健全基层治理体系,提升基层治理的能力,应对挑战、化解风险。要坚持党对基层治理全面领导,增强乡镇(街道)行政执行能力、为民服务能力、议事协商能力、应急管理能力和平安建设能力,加强村(社区)组织动员和综合服务、兜底服务能力建设,提升基层治理信息化、智慧化水平,呼应好人民群众多层次、差异化、个性化的新需求、新期待,更好地夯实国家治理的根基。

网红店要“颜”更要“严”

日尧

近日,在我区市场监管餐饮红黑榜上,笔者看到某网红冷饮店赫然列在黑榜。从曝光的图片中可以看到,该店后厨内操作台、地面墙面油污严重、垃圾桶、切配台卫生堪忧。

其实,餐饮网红店卫生及食品安全性被曝光的不止一两家。作为餐饮企业,食品安全与卫生是其最核心也是基本的要求,如今却在卫生问题上频频出事,连起码的底线都没有守住。可见,这当中很多的网红店并不是靠品质出圈,而是借助互联网流量营销和眼球效应迅速爆红。

眼下,打开网络平台、APP等看好评、看推荐,跟着吃货走,打卡各类网红店,已成为很多人就餐习惯,商家也趁“风”在推广上下血本。笔者曾多次在各网络平台看到一些网红餐饮店的文案和视频,图片中优美的环境、色香味俱全的菜肴,再加上

一两个适合年轻人拍照的角落,让很多年轻人趋之若鹜。

商家的这种操作本身没有问题,甚至是现下一种较为普遍的商业模式。但如果一个经营者只把精力放在博“爆红”的营销上,而忽视对商品品质与质量的管理,就会埋下隐患。所以,网红店“热得快冷得也快”现象司空见惯,譬如不少商场里同样的门店却换了一个又一个的商家。

笔者认为,网红店经营者应把严把质量关放在第一位,这样才能长久维系消费者。餐饮业的外部环境可以靠钱堆砌出颜值,但是后厨的环境卫生、食物的安全才是最终赢得消费者心的关键。因为,口碑是真心实意做出来的,不是刷出来的。只有消除了短期谋利炒作的心理,踏踏实实做品牌,以质量和服务取胜,做一个名副其实“网红”,才能赢得长远,否则很可能就是昙花一现。

“随心飞”何以成为“闹心飞”

赫兹

每逢旅游淡季,各大航空公司与旅行社总会推出花样百出的套餐吸引顾客,拉动旅游经济发展。如近年来各航空公司相继推出多种“随心飞”套餐,只需花费三四千元就能在一段时间内、一定条件下,不限次数飞行,这样的行程与价格相比于往常要优惠得多,颇受消费者欢迎,有的甚至一上架就立马被抢购一空,可见其热度之火。

然而,随着“随心飞”销量的增

加,不少消费者发现套餐里机票兑换难度越来越大,周末或者节假日之前出行的票几乎没有;其次,一旦航班取消或延误,即使非消费者责任,也算消费者违约;而面对纠纷需要投诉,人工客服电话常常难以打通,或者投诉不受重视,体验极差。

原本皆大欢喜的“随心飞”何以变成了“闹心飞”?其深层原因值得深思。一方面,航空公司的服务意识与能力不足。不少航司在推出产品前缺少规划与调研,导致后期服

务难以跟上。还有部分航空公司存在短视心态,为获取短期利益,利用信息不对称,让“随心飞”变成“闹心飞”。另一方面,从去年这一机票新业务上市以来,便有网友投诉“随心飞”名不副实,也有诸多媒体对此关注报道,但此类“套路飞”现象仍然存在,这与民航部门、市场监管部门没有及时介入、调查不无关系。

有道是,金杯银杯不如百姓口碑。想要可持续发展,航空公司首先需要转变经营理念,树立和增强以用户体验为中心的思维和理念,认识到

尊重消费者是商业经营的重要原则。同时提升服务水平,认真评估“随心飞”的可操作性和消费者满意度,积极调整、明确条款内容,同时要加大市场调研,推出更多与用户“双赢”的产品。而消费者也要在前期充分了解产品信息,避免盲目跟风,保持理性消费,并加强自身维权意识。民航主管部门则应主动介入,督促航空公司明确和优化产品使用规则、加强信息告知、完善后续服务保障等,提升用户体验。唯如此,才能使“随心飞”名副其实。

根治陋习,不妨多来点科技手段

凡石

前几天,笔者的一位邻居在乘坐小区电梯时,碰到另一位邻居将电动自行车推进了电梯,在劝阻过程中,双方发生争执。笔者了解到,在小区时有发生,然而小区业委会和物业只能劝阻,无法采取强制措施,大部分邻居在遇到类似情况时也只能向物业或者业委会反映,最终很难解决问题。

如今,高空抛物、电动自行车进电梯等不文明行为的危害已被大部分市民所了解,但要彻底根治陋习并非易事。笔者认为,利用科技手段来倡导文明、根治陋习,不失为一种有效途径。如在电梯里安装电动自行车阻车系统,在电动自行车进入轿厢时,电梯停止运行,就能解决电动自行车进电梯的问题。

笔者注意到,类似系统已经在全国多地有安装案例,反

响较好。然而,要安装这样的设备,物业公司由于要投入资金,安装意愿动力不足,小区业委会主导安装,又面临厂商良莠不齐,无法甄别的问题,还有一些小区没有资金予以支持,使得业主的美好愿景迟迟无法实现。同样的问题也出现在高空抛物监控设备等增设上,虽然叫好叫座却无法实现。

笔者认为,随着新建房屋楼层不断增高,安全隐患日渐突出,类似的问题将不断凸显,但居民素质的提升不是一蹴而就,需要一定的时间。因此,阻止不文明行为的发生,不能光靠劝导,也需要用技术手段这样的硬约束,才能杜绝这类不文明行为的发生。作为政府部门,要鼓励市民通过这种方式自我管理,给予一定帮助和技术指导,制定相应的鼓励政策,给予一定的资金支持,加快这类项目的建设,才能逐渐消除这类不文明行为和安全隐患。



药品降价

新华社发

让文明行车成为习惯

语兮

前不久的一天上午,笔者驾车上班,小区门口被堵了个水泄不通,等了5分钟,好不容易驶出小区,不曾想在主干道依旧被堵了三个红灯。等笔者开到距离红绿灯50米时发现,原来是一辆货车违反交通规则,临时停泊在距离红绿灯10米不到的机动车道中央,随意

装卸货物,严重影响了其他车辆和行人通行。

为何货车会出现“马路是我家”般的肆意妄为?笔者发现,店门前的非机动车道狭窄,货车确实难以驶入卸货。此外,货车随意停车卸货时,部分车主狂按喇叭,肆意插队,致使道路秩序更加混乱不堪。

交通是城市文明的窗口,交通文明的程度取决于市民的交通行为素质。上文中的货车在机动车道装卸货物虽似有迫不得已的因素,其他司机的随后反应也似事出有因,但说到底都是缺乏文明行车的素养和习惯所致。如店家和货车司机本应寻找更合理的装卸货物方法,至少避开上下班高峰期;其他司机遇到交通

堵塞时,更应保持文明行车,不能堵上添堵。

近段时间,天气炎热,情绪浮躁,车主容易患上“路怒症”,每一位车主都应约束自己,保持情绪平稳和文明行车习惯,共建文明的交通环境。同时,还应优化市民举报、反映渠道,不定期曝光不文明驾驶行为,共同维护良好的交通秩序。

拒绝“超前消费”

傅新欣

近年来,“大学生消费”一直是个热门的话题。目前,电子产品、化妆品、聚餐等消费,已成为年轻人普遍的生活方式,许多大学生为了满足自身消费欲望,用花呗、打白条、校园贷等方式超前消费,消费现状和消费理念令人堪忧。

“上一秒生活费到账,下一秒花呗还款。”笔者的朋友许小姐说,大二时,她除了花费精力在学习上,其他的精力都被用来计算账单何时还款,生活费、花呗额度如何使用上。直到有一天,她因资金周转困难,被分期消费账单催促,向室友借钱吃饭,才意识到欠的债迟早都是要还的。

产生此类现象的原因,一方面是平时父母对孩子总是有求必应,大学生未能建立成熟的消费观念,加上线上购物、直播、“双十一”等满减活动、优惠券的发放,激发了其消费欲望。另一方面是网络用语、心

灵鸡汤频频出现,如“精致女人”“假精致”等词汇,暗中影响着年轻人的消费观念。于是,在同龄人之间攀比心理的影响下,网络用语的暗示下,大学生追求于名牌、潮流商品的现象尤为明显。

消费一时爽,月到泪汪汪,因为线上支付的方便,包括大学生在内的不少年轻人大肆买买买,却不知道在无形之中为自己的“口袋”制造了很多缺口。

为此,笔者认为,各平台因建立严格的消费审查机制,审核消费者收入情况,并进行必要的透支消费限额。此外,大学生应树立正确的消费观念,不贪图享乐、不追求奢侈消费。作为大学生一般没有独立的经济能力,更应正确评价自己的消费能力,不能养成超前消费的习惯,切勿盲目跟风、攀比心理等观念,加上线上购物、直播、“双十一”等满减活动、优惠券的发放,激发了其消费欲望。另一方面是网络用语、心

别让扫码点餐“绑架”消费者

默路

近年来,笔者在外就餐时发现不少餐馆的点餐方式主推手机点餐,虽然商家在外招揽客人使用纸质菜单,但一旦进店消费就让消费者扫码点餐。同时,通过扫码点餐强制关注店家公众号或者必选纸巾等消费品,已成为商家的一种“潜规则”。

毫无疑问,相对传统人工点餐方式,扫码点餐更环保也更有效率。但如果商家一方面大量分发纸质菜单招揽客人,一方面又让消费者手机点餐,显然主要是从利益出发,想通过手机点餐方式引导消费者强制关注或者消费,“绑架”消费者。从商家的角度出发,想让消费

者变成自己的粉丝,关注自己的商品与服务,这原本无可厚非,但如果采用这种“绑架式”扫码点餐方式,恐怕只会适得其反。毕竟这种“绑架”消费者的扫码点餐只会降低消费者的用户体验,对店家的印象大打折扣。而且针对小孩和老人这部分消费群体来说,扫码点餐下单的

方式更是一种消费阻碍。

因此,笔者认为,餐饮行业应坚持传统服务与智能服务相结合,坚持扫码自愿原则,保障消费者的合法权益,让扫码点餐回归更为“单纯的正途”;而对于消费者来说,倘若遇到要求强制使用扫码点餐的,也要勇敢说“不”,或向市场监管部门投诉。