

# 高水平建设质量强市

景新

日前，第五届中国质量奖和中国质量奖提名奖建议名单公示，方大厨和永新光学2家宁波企业在列。上月，我市5家企业分获第九届浙江省人民政府质量奖和质量创新奖，总数与杭州市齐平，并列全省第一，创历史最好成绩。

世界著名质量管理专家约瑟夫·朱兰博士说：“21世纪是质量的世纪，质量将成为和平占有市场最有效的武器，成为社会发展的强大驱动力。”质量，关乎企业生存。产品有质量，才会有市场和效益。再多的话题，再大的流量，再精致的“卖家秀”，如果产品质量撑不起公众期待，迟早会被打回原形，最终被顾客抛弃、被市场淘汰。今天的市场角逐，已从价格竞争转向了质量竞争，要想在更大范围、更广领域、更高层次上赢得发展空间，就必须强化以质取胜的理念，用品质提升企业

的竞争力。质量问题是老百姓高度关注的话题，现实生活中，一类商品的质量口碑，经过市民的口碑相传，往往会发酵成为人们对商品制作地的刻板印象。1987年，在杭州市中心的武林广场，工商部门将收缴的5000双某地产劣质鞋投入火中烧掉，这把火让当地产品的信誉跌入谷底，对当地的形象和发展来说，打击是致命的。

所有人都是潜在消费者，所有的质量诉求，无不关乎人民生活品质。现在各种因质量引发的安全问题，日益成为全社会关注的热点和焦点。质量工作不仅是经济课题，也是影响社会和谐稳定的民生话题。只有推进质量强市建设，才能为人民群众创造和提供有品质的生活，满足人民对美好生活的追求。这正是质量强市建设的根本出发点和最终落脚点。

作为制造业大市的宁波，如果过不了质量关，就过不了高质量发展关。唯有赢得质量，方能赢得未

来。就宁波当下的经济体量而言，量的增长已不再是单一的追求目标，质的提升才是长久之策。高水平建设质量强市是民心所向、大势所趋。

如果一味贪大求全，只想赚“快钱”，就不可能做到“慢工出细活”。过硬的质量是深耕出来的，只有坚守匠心，方可立于不败之地。宁波永新光学是2023年唯一获得浙江省人民政府质量奖的中小企业，就企业的成功之道，公司总经理毛磊曾打过“一米宽，百米深”的比喻，意指坚守主业、聚精会神，向下扎根、向上成长，才能磨砺出制造精品。天道酬勤，我们对事物的专注度有多深，在该事物上取得的成就有多大。

质量需要深耕，但不等于“闭门造车”。过硬的质量可以抱团打造，打开大门，企业抱团，组建联盟，一荣俱荣，还可以提升行业和区域的整体竞争力。比如，苹果公司为了打造优质产品，会花很多精力培养供应商，帮助其提升工艺，

解决质量问题和管理问题，实现多方共赢。宁波的制造业底子雄厚，不缺顶天立地的大企业、完整的产业链，完全可以组建提升产品质量的“命运共同体”，关键是要发挥头部企业和链主企业的引领作用，带动产业集群的质量整体跃升。

追求质量是一个永恒课题。进入消费升级时代，社会对品质要求越来越高，昨天的行业标准不一定适用于今天，今天质量合格的产品说不定明天就被无情淘汰。质量标准永远呈现着阶梯式攀登的趋势，适者才能生存。我们与其被动适应，不如未雨绸缪，主动创新引领，从“质量高原”向“质量高峰”攀登。在追求质量的道路上，原地踏步不可取，躺赢不可能，躺下了，就真的落后了。



# 任何腐败都是隐形的“纵火”

刘越祥

近日，反腐大片《持续发力纵深推进》第一集播出，原应急管理部部长消防救援局党委委员、副局长张福生出任忏悔。让人印象深刻的，莫过于他在忏悔录上写的“防火者腐败，无异于纵火”的警世之言。

“防火者腐败，无异于纵火”，这一认知，张福生应该是发自肺腑。作为消防救援岗位上的高官，他理应担当起防火减灾的重任，却与不法商人沆瀣一气，大搞权钱交易，收受大量成箱茅台酒和多件黄金制品，仅从麻将桌上就非法获利900余万元，令人咋舌。收人钱财，自然就得替人办事。比如，为了降低消防验收标准，他为消防工程企业老板打招呼说情，不仅给消防工作埋下安全隐患，还助长了消防领域吃拿要等不正之风。

“防火责任，重于泰山”早已成为人们共识，消防公职人员理应承担更加清楚。但是，如果消防公职人

员玩忽职守，甚至贪赃枉法，庇护违法人员，制度没了刚性，标准成了摆设，监管成了过场，那么安全之网就会洞开，埋下的将是不可估量的祸患，后果不堪设想。这样的防火者，就是引发火灾的元凶，甚至比放火者更坏。张福生有那样的忏悔，也便在情理之中了。

其实，任何腐败都是隐形的“纵火”。比如，卖官者腐败，给买官者铺路，放纵的是跑官要官，破坏的是政治生态；执法者腐败，为作恶者庇护，姑息的是胡作非为，破坏的是公平正义；招标者腐败，为中标者大开绿灯，助长的是金钱开路，扰乱的是市场秩序、公平竞争。凡此种种，破坏规矩、污染生态，让歪风邪气肆意横行。这种危害，比起单纯贪污多少钱、贪占多少财物，要可怕得多。

中国有个成语，玩火自焚，说的是，玩火者必烧身，纵火者亦遭殃。腐败是玩火，也是纵火，吃到苦果、遭到报应，是迟早的事。

# 评判民生实事关键看群众的口碑

凌波

日前，鄞州区举行2023年“事实做 民生为重·向人民报告”活动。民生实事项目的责任单位负责人对所负责民生实事项目推进落实情况报告，既晒出项目成效，汇报完成情况，也复盘项目推进中的不足。

民生实事作为连接党心民心的重要桥梁，是践行以人民为中心、切实保障和改善民生、让人民群众共享经济社会发展成果的重要载体和有力抓手。民生实事体现的是利民为本的思想，诠释着人民至上的核心要义。

用心用情用力办好每一件民生实事，要求我们时刻把人民群众的喜怒哀乐、安危冷暖放在心上、抓在手里，积极顺应人民群众对美好

生活的向往，真心为人民群众着想，深入实际、深入群众，察实情、通民情，问需于民、问计于民、问效于民，从而让民生实事更接地气、更暖人心、更聚民力。

金杯银杯不如群众的口碑。人民是我们做好各项工作的最好“裁判员”和“评判家”。民生实事成效如何，必须由人民群众评判，首先要看群众满意不满意。如果忽略了群众需要不需要、满意不满意，就有可能“干部忙了一身汗，群众还是点个赞”，不仅做的是无用功，而且违背民生实事的初衷，损害党和政府的公信力。只有把人民群众满意不满意作为评判民生实事成效的根本标准，坚持问效于民，才能让人民群众真实感受到民生实事带来的获得感、幸福感。

# 激活退役潜艇的文化效应

毛海清

近日，北仑区春晓实验学校的学生在梅山湾畔的宁波潜艇展示园，登上了“长城189号”退役潜艇，体验了一堂别开生面的国防教育实践课，点燃了心中的科技强国梦想。

潜艇是现代海军的主战装备，是国防建设的重要力量。退役潜艇凝结着人民军队的历史荣光，蕴含着丰富的红色文化，仍在为国防教育发光发热。

作为海洋大市，宁波向海而生、依港而兴，与舰艇有着不解之缘。这艘退役潜艇落户宁波，为双拥模范城增添色彩，是一张富有特色的城市名片，意义非凡。

# 宠游客也要宠市民

丁慎毅

2024年第一个网红城市哈尔滨的热度还在持续，河南许昌似乎有成为第二个网红城市的苗头。据《北京青年报》报道，近日，河南本土超市品牌胖东来大热，火爆程度不亚于曾经的“淄博烧烤潮”和当下的“尔滨热”。河南本土超市品牌胖东来打卡点，各地游客纷纷打卡许昌。

一场疫情中的温暖照护，淄博与大学生相约来到淄博吃烧烤，为烧烤奔赴一座城，出圈的只有淄博；一场足球比赛，榕江“村超”让世界看到中国乡村魅力，为足球奔赴一座城，出圈的只有榕江；一场冰雪大世界的浪漫风潮，因为哈尔滨的高效反馈而带火哈尔滨，为道歉奔赴一座城，出圈的只有哈尔滨。

烧烤、足球哪儿都有，冰雪也不是哈尔滨独有，为何这些城市就能成为网红城市？它们共同的一点，就是把情绪价值作为兴奋点，把服务做好了卖点。时下的胖东来，同样如此。

胖东来因其无微不至的贴心服务，被称为超市行业的“海底捞”。胖东来对顾客有多好？进入店内，顾客进店可以享受100多项免费服务。据报道，前往胖东来天使城的140万游客中，竟有95%是外地游客。游客说：“其实对于大多数商品而言，各地超市售卖的商品品质相差不大，然而，胖东来

打造具有标志性文化成果，宁波在传承红色基因、发掘军事元素、彰显海洋特色方面有着独特优势。

经历过潜艇生活的人知道，在深海洋纵帆驰骋，并不是轻而易举的事。每名官兵要有忠诚、勇敢、无私的品质，整个团队要步调一致、高效协同。唯有如此，才能劈波斩浪、无往而不胜。

退役潜艇虎威犹在。它是海军官兵优秀品质和精神的物质载体，我们从其每一块钢板、每一根管线中，都可以感受到其文化力量。展示退役潜艇，让国之军魂融入百姓生活，其作用不局限于青少年，不局限于国防教育领域，还能够激活更多的文化效应，激励更多市民在风浪中升华自己。

## 漫画角

### “碰壁”

对于主流新能源汽车而言，2023年无疑是一个丰收年。但在销售火热的同时，新能源汽车后市场被曝出保险“碰壁”问题。日前，多位新能源车车主反映，在办理新一年车险续保过程中遭遇拒绝或提价，引发车主群体关注（1月10日《工人日报》）。



王怀申 绘

# 从“尔滨”火了看大国经济新纵深

## 新华时评

樊宇

这个冬天，“冰城”哈尔滨火了，不仅在国内成为顶流，也引来国外媒体的密集关注。英国《每日邮报》说，哈尔滨拉高了“旅游业的服务门槛”。还有不少外国网友表示，想去这个“神奇又美丽”的地方看看！

哈尔滨“冰雪经济”爆火，预示着中国文旅消费的加速复苏。今年元旦假期，哈尔滨接待游客超过300万人次，实现旅游总收入超过59亿元。路透社报道说，这两项数据都超过了疫情前水平，哈尔滨的“冰雪奇迹”甚至带动了东北旅游股上涨。马来西亚《星报》也注意到冰雪经济带来的“热”能量，认为冰雪带来的发展机遇壮大了新型消费，为各类冰雪相关产业带来了商

机。有了哈尔滨的生动示范，一系列“冰雪+”消费新场景将陆续涌现，带动中国“冰雪经济”快速增长。

哈尔滨“冰雪经济”爆火并非偶然，驱动力来自中国消费升级的新潜力。当前，中国经济正沿着高质量发展轨道稳步前行，消费市场进入消费升级、模式创新的快车道，政府接连出台政策增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，使消费潜力得以充分释放。绿色、健康、智能消费等新型消费日益受到国人青睐，冰雪运动就是典型代表。北京冬奥会点燃的冰雪热潮推动“冰雪经济”蓬勃发展，居民参与冰雪运动的热情持续攀升，滑冰滑雪成为时尚邀约，冰雪旅游、冰雪休闲、冰雪装备等行业随之焕发出勃勃生机。以哈尔滨为代表的北方城市依托资源优势、政策扶持、创新策划，持续扩大冰雪旅游优质产品供给，用“掏家底”的诚意和高性价比的服务，努力留住“冰雪热”的流量。

“尔滨”火了，是中国经济迸发新活力的生动体现，展现出中国14亿多人口的超大规模市场蕴藏的深广力量。今年元旦假期，国内消费市场暖意浓浓，新意十足，全国国内旅游出游1.35亿人次，同比增长155.3%。节日消费旺盛是经济活跃的表现，是对过去一年经济复苏趋势的延续，更是对未来前景的积极预期。无论是北国的冰天雪地，还是江南的诗情画意，人们对“诗与远方”的向往意味着创新消费模式的无限可能。从“特种兵式旅游”到City Walk，从“进淄赶烤”到围炉煮茶，人们对美好生活的追求让消费热点层出不穷。随着春节临近，节日消费热度有望继续保持，更多消费新亮点将为中国提供有力支撑。

“尔滨”火了，折射出大国经济发展纵深回旋空间。大国经济之大，在于回旋余地大、发展韧性足，在于地域差异和产业多样性不断碰撞出新的火花，激活新的增长动力。中国幅员辽阔、

文化多元，不同元素的碰撞往往能创造出丰富的消费新场景。北上赏冰滑雪、南下赏花看海的南来北往各有特色，这样的差异性催生出消费新业态、新模式、新场景，为中国经济贡献了消费驱动力。新加坡《联合早报》报道说，滑雪、滑冰运动当下在中国南方地区也被列入冬季“运动清单”。随着更多人关注冰雪，参与冰雪，中国多地发展冰雪旅游大有可为。推动文体旅深度融合，将更好地释放中国旅游消费潜力，拉动经济实现高质量发展。

“冰城”火爆关系经济冷暖。外媒关注“尔滨”，归根结底还是对中国温度经济的关注。消费力就是竞争力，节日经济暖，冰雪经济热，中国经济开年活力满满。在有政府、有效市场与活力社会的共同作用下，居民消费信心必将进一步增强，消费需求持续走旺，消费市场潜力的释放将为中国经济提供有力支撑，为全球经济带来新希望。

# 冬天里的一把火，照出别样的东北

金风 徐扬

这个冬天，东北有点“热”——南方游客赶集似地涌到这里玩冰嬉雪，各地的文旅局长们使出洪荒之力招揽八方宾朋，社交媒体上关于东北的热乎新闻一个接着一个……从哈尔滨到沈阳，东北大地在这个数九寒天中点燃了“冬天里的一把火”。

东北火了，靠什么？有人开玩笑说，“不是欧洲去不起，是东北更有性价比”。吊炉饼、粘豆包、豆腐脑……七八元钱，暖暖的，饱饱的。大家喜欢这里的烟火气，透着朴实和真诚，用东北话说，“一点不拿人”。体验冰雪

项目更是必须的，不少雪场一两百元就能“拿下”。到东北来，白天嗨逛，晚上撸串、泡澡，美美地休闲一天。刺激的冰雪、丰富的体验、亲民的价格、“被宠”的感觉，都是东北旅游被发现的原因所在。

东北火了，为什么？绝对不，仅仅是便宜。“性价比”只是表象，这个冬天里的一把火，照出了东北的改变。从免费接送站到端上一杯暖茶，从呼吁酒店不涨价到严查出租车乱要价，东北所谓的“宠游客”，说到底就是不忽悠不熊人，用真心换真心，把游客真正当成家里的客人。无论是旅游还是投资，东北都有被诟病

的往事。其中既有“一颗老鼠屎坏了满锅汤”的无奈，也有“一锤子买卖”的短视。东北今天的火，是游客们对这片土地的深情点赞。

东北火了，人们也看到了与印象中不一样的东北。以前有点“硬”有点“冲”的“老大哥”，如今身段变软，嘴巴变甜，服务也上来了，这让人们相信：东北为了发展真的在变。东北有过骄傲过往也经历过低谷，现在面临的难题依然不少。但百闻不如一见，许多游客零距离接触了东北，才发现这里的生活热气腾腾，大城市的商业热热闹闹，街路上车水马龙。这背后是调节生

长的产业，渐渐壮大的企业，黑土地上有的是热情和生气，东北正一点一滴发生着变化。

东北火了，更要加油。网红干不好就是昙花一现。春夏秋冬，东北旅游都有看点和卖点，关键是捧出一颗真心做好服务。既不能上热中温下冷，也不能乍暖又寒，让游客寒了心冷了意。东北要乘势而上，服务水平要稳住并不断提高，还要持续推出新产品新创意。相信借着这冬天里的一把火，只要把大家伙想干事的劲头调动起来，撸起袖子干，甩开膀子拼，就一定能让人们看到一个奔着振兴去的更具活力的东北。