

严查“四吃”须先破“一局”

毛 矛

3月6日上午,全国两会青海省人大代表团举行团组开放活动。青海省代表团团长、青海省委副书记陈刚向记者提出的“六名干部喝死一人”的问题。陈刚指出,这件事情看起来是违规饮酒,实质上是违反政治纪律、政治规矩的问题。经查,这6名省管干部多次聚餐吃喝,已经形成了“小圈子”,在安排就业、干部提拔、经济领域存在违法乱纪行为。

前不久,二十届中央纪委三次全会对深化落实中央八项规定精神作出部署,要求对违规吃喝开展专项整治,严查“吃公函”“吃食堂”“吃老板”“吃下级”等问题。青海省六名厅官聚餐喝死一人的案例,再次说明“吃喝风”害莫大焉,屡禁不绝有着深刻的原因。

民以食为天,官以“吃”为耻。曾几何时,社会上吃喝风盛行,尤其是

公款吃喝成为一大公害,影响了党在人民群众心中的形象。党的十八大以来,贯彻中央八项规定精神,大力加强作风建设,纠正违规吃喝取得明显成效,党风政风焕然一新。可是,许多事实证明,违规吃喝有其顽固性,有人明里不吃暗里吃,变换花样继续吃。党员干部酒后驾车、酒后失态违纪等问题时有发生,追查下去,多与违规吃喝有关。据浙江省查处违反中央八项规定精神问题505起。其中,违规吃喝类问题占享乐主义、奢侈之风问题的23%。这说明,现实中的确有某些党员干部无法纪、我行我素,变着法子搞大吃大喝。

为什么吃喝之风屡禁不止呢?有的党员干部冒着被通报、处分的风险,依然乐此不疲。难道酒瘾真的如此之大?难道家里的米缸就缺这一点吃的吗?难道家里的饭菜油水不够吗?显然都不是。青海省的这起

案件具有典型性,各类饭局、酒局,往往醉翁之意不在酒,而在“局”。有些人热衷于搞圈子、小团伙,以聚餐为名,行非组织活动之实。饭局中,人员相对稳定,轮流做东,在吃喝喝中联络感情。“圈内人”之间对入托入学、就业就医、职务提拔等敏感事项,相互关照,违反原则搞特事特办。有的在饭桌上议论干部,议论政务,搞“饭桌政治”。对重大事项,先在饭桌上“统一认识”,后再再到组织会议上“起哄发难”,左右局势。所以,不少饭局、酒局,表面上看是吃喝喝的不正之风,实际上是政治纪律、政治规矩问题。

毫无疑问,整治“吃喝风”,破了小圈子的“活动载体”,迫使他们不得不改头换面,转移阵地。在这种背景下,出现了挖空心思“吃公函”、隐形变异“吃食堂”、肆无忌惮“吃老板”、变着法子“吃下级”等现象,这在本质上仍然是违规违纪行为,必须坚决纠正。

严查“四吃”问题,关键在于提高政治站位,破了酒局、饭局中的那个“局”。人民群众最痛恨吃喝风,要依靠群众的力量整治小圈子,违规吃喝再隐蔽,也躲不过群众的眼睛。再说了,老板的饭也不是那么好吃的,喝了别人的酒,就要为别人办事情,违规操作必然会留下蛛丝马迹。有关部门对每一起信访、举报须查个水落石出。要用政治纪律整治“饭桌政治”,在严肃的组织原则面前,那些异乎寻常的“一致意见”一定会露出马脚。再就是,推崇“君子之交淡如水”的风气,让更多人明白,与老百姓打成一片才是最高尚的情商,以营造严查“四吃”的有利氛围。



于制度化的方案,在具体实施过程中,可能就会有变通式的操作,甚至形式主义的糊弄。应该看到,在某些地方,奢靡之风、大吃大喝、公款旅游、突击花钱等新闻,依然时有所见。地方政府进一步压减开支的空间依然存在。海绵里的水,挤一挤总是有的,关键是,愿不愿挤,以及如何去挤。

政府善过紧日子,群众才有好日子。某种意义上,减税降费藏富于民,是最好的宏观刺激。在实体经济仍旧困难较多的背景下,只有经营主体好了,整体经济才会好,进而就业才能变好,工资才能上涨,消费才能升级,生活才能美好。政府部门善于过紧日子,既是向全社会的示范,更是对纳税人的减负。政府习惯过紧日子,并非空喊口号,而是必须见到实效,要将“紧日子”过成“平常日子”,把更多真金白银用在刀刃上、紧要处,进一步提升人民群众的幸福感、满意度。

把真金白银用在刀刃上

盛 翔

十四届全国人大二次会议记者会上,财政部部长蓝佛安表示,党政机关过紧日子是党中央的明确要求,各级政府都要带头落实,勤俭办一切事业。今年的政府工作报告再次强调,各级政府要习惯过紧日子,进一步凸显了这不是一时之需,而是长久之计。

正如家庭账本不仅记录着一家人的各项收支,更反映着一大家子的生活情况和发展动向,国家的大账本,亦是通过合理计划“钱从哪来、到哪儿去”,来支持国家的战略决策和改革目标实施。财政支出的范围和用途,反映的是国家治理的基本理念。相比加大财政支出力度的“加法”,减税降费激发经营主体活

力的“乘法”,以及破除障碍强化预算绩效监控的“除法”,政府习惯过紧日子,同样是国家账本里不可或缺的运算法则。

从“坚持过紧日子”,到“习惯过紧日子”,政府过紧日子不再只是应对经济下行压力加大的一时之需,而是彰显深厚民生情怀与为民初心之长久之计。道理很简单,党政机关少花一分钱,民生事业就可以多安排一分钱。党政机关过紧日子,不是捂紧钱包不花钱,而是该花的花,该省的省,做到“大钱大方、小钱小省”,集中财力办大事。唯有通过精打细算,把该省的钱尽最大可能地省下来,才能把更多钱花在明处、用在实处,用于改善民生和发展经济,用于增强国力和造福人民。

政府习惯过紧日子,要做刀刃向

内的“铁公鸡”。数据显示,2023年,中央本级三公经费支出预算比疫情前的2019年下降了20%,同期财政民生支出保持较快增长。2023年,各级财政用于教育等重点民生领域的支出比2019年增长了25.5%。这一减一增之间,体现了刀刃向内的改革力量。各地方不妨也来晒晒账本,形成“铁公鸡”指数的良性竞争。事实上,把更多钱留给民生,藏富于经营主体,何尝不是看得见的营商环境?可以说,地方政府的“铁公鸡”指数,就是该地的营商环境指数。

一时过紧日子尚可临时对付,习惯过紧日子则必须形成制度。何谓紧日子?哪些地方该紧?如何才算紧?诸如此类,应该有明确的制度安排,严格执行预算硬约束,让不该花的钱一分也花不了。如果不能落实

拼抢订单赢先机

景 新

2月29日先去德国参展,3月8日回来修整,3月19日再出发去美国,回来3月21日至23日在路易斯维尔举办的车展MATS,然后前往拉斯维加斯,参加3月26日至28日举行的美国五金展NHS……这是宁波九隆国际贸易有限公司总经理金思静一个月的行程安排,更是甬商海外拼抢订单的缩影。

企业效益好不好,关键看市场需求旺不旺、企业订单足不足。只有订单有了保障,产品有了销路,企业才能开足马力抓生产,发展才有强劲的动力。订单不会从天而降,生意是跑出来的。当前,外贸形势总体不容乐观,争抢外贸订单,显得尤为紧要迫切。

外向型经济是宁波深入骨髓的发展基因,每四个人中就有一人从事外贸相关工作。作为外贸大市、制造业大市的宁波,订单是发展的生命线。如果订单不足,势必导致产品积压、货运停滞,开工不足,失去市场活力,影响整个区域经济发展。年初拼抢到的订单,是一个好的开始,事关区域经济发展开好局、起好步,关系到宁波全年经济稳增长促发展。

抢订单,着力点在“抢”。在这个大鱼吃小鱼、快鱼吃慢鱼的时代,想抢先,抢在前,敢于第一个吃螃蟹的人,更容易抓住商机,赢得未来。商机往往垂青于有准备的企业,只有跟得够紧,下好先手棋,才能洞察最新的市场趋势,才能抢来一沓沓订单。去年,慈溪电机厂出口迎来“破天富

贵”,出口额同比增长近30%,这跟其订单拼抢是分不开的,慈溪小家电企业组团参加芝加哥、柏林的小家电展会和广交会,以灵敏的触角,抢先摸透市场行情和客户需求,主动对接洽谈,最终赢得市场的蛋糕。

外贸行业有句话,“一次见面胜过千封邮件”。与客户面对面交流,显得更有诚意,更能把握洽谈的细节。鼓励中小微企业出海觅商机、抢订单,化被动为主动,既需政策引导,更需激励带动。应积极发挥出海大企业“领头羊”作用,以点带面撬动产业链上下游企业同向发力,抱团出海,推动更多中小微企业大胆“走出去”,把更多海外订单“引进来”。

当下,有一种现象:大部分企业在找订单,也有很多订单反向找企业。订单之所以追着企业跑,是因为离开了这些企业,客户没有其它选择。像宁波的单项冠军企业、专精特新“小巨人”企业,长期专注于制造业某些细分市场,拥有“独门绝技”,大家称其为“不知不觉又不可或缺”。

不难看出,看似低调内敛的研发技术,其实是拼抢订单、制胜商界的杀手锏。更何况,随着国内原材料、人力成本的上涨,外贸订单价格战的时代已经过去,想在竞争激烈的全球市场中占有一席之地,保持技术领先才是根本出路。对广大市场经营主体来说,“内外兼修”必不可少。对外,找客户,抢订单,拓市场;对内,强本领,练内功,壮筋骨,磨砺出过硬的技术和优质的产品。一旦成长为无可替代的行业尖端,海外订单不请自来。

“鸟苏”高仿“乌苏”:靠字形侵权也行不通

丰 收

准噶尔盆地西南缘的古丝路上矗立着一座以啤酒闻名全国的城市——新疆乌苏,产自该地的乌苏啤酒家喻户晓。但大家要注意了,你手里的乌苏绝对不能多一个“、”。日前,南京中院审结的一起商标侵权案,侵权人极力攀附模仿红罐“乌苏”啤酒,生产和销售红罐“乌苏”啤酒,南京中院一审全额支持了权利人208万元的赔偿请求。江苏高院二审维持原判(3月5日央广网)。

从报道来看,“乌苏”啤酒无论是商标还是产品外包装,均与乌苏啤酒高度近似。先看商标,“乌苏”啤酒只比乌苏啤酒多了个“、”;再看外包装,两种啤酒均以红色作为主要包装底色,商标使用方式、商品名称、商品形状、标识位置等文字信息及排列布局基本相同。消费者不仔细辨认,就很容易将“乌苏”啤酒当成乌苏啤酒。而两种啤酒的品牌知名度存在天壤之别。

很显然,“乌苏”啤酒想通过“搭便车”、蹭乌苏啤酒的知名度,以提升产品销量,获取不正当利益。这无疑侵害了乌苏啤酒的合法权益:其一,侵害了商标权。乌苏啤酒作为注册商标,企业为打造知名度付出大量财力,

商标权不容侵害;其二,侵害了收益权。当消费者难以分辨这两种商标、包装高度近似的啤酒,“乌苏”啤酒就会冒充乌苏啤酒销售,导致后者销量受影响、收益下降。

所以,乌苏啤酒起诉“乌苏”啤酒侵权并索赔,是在依法捍卫自身合法权益。南京中院审理认为,“乌苏”啤酒构成商标侵权,系不正当竞争,进而全额支持权利人208万元的赔偿请求,值得肯定。一审判决后,“乌苏”啤酒竟然不服,向江苏高院提起上诉,但被驳回,维持原判。

该判决给那些企图通过商标侵权获取非法利益的企业和个人敲响了警钟,即通过玩弄游戏“搭便车”走捷径,终将难逃法律惩罚。一方面,知名商标持有人的合法权益受到侵害,不会再做“沉默的受害者”,而是会依法维护自身权益。另一方面,随着《商标法》和相关司法解释的完善,加之司法机关公正审理,侵权者必将付出代价,受害者必然获得应有的赔偿。

由于商标蕴含着巨大商业利益,越知名的商标蕴含的商业利益越大,于是市场上出现不少“山寨”商标或者“山寨”品牌,例如,“雷碧”蹭“雪碧”、“王老吉”模仿“王老吉”等。遏制这类商标侵权乱象,既需要商标审查部门严格把关,也需要被侵权方依法反击,还需要司法机关严格依法审理。某些个人和企业应意识到,部分汉字字形近似,绝不意味着为商标侵权提供了机会,想玩弄游戏侵权,没门。

面对商标侵权,“山寨”品牌乱象,消费者也要仔细辨认,对仿名牌的产品说“不”,要么不买,要么去检举。而知名商标持有人,也要鼓励消费者检举商标侵权。

让“安石文化”持续出圈

张 艳

日前,《宗师列传·唐宋八大家》之“王安石篇”在央视热播,其中再现了王安石“治鄞千日”的历史,让这位历史文化名人的形象更加鲜活立体。东海之滨的鄞州,也因此成为人们津津乐道之地。

历史文化名人是一个地方、一座城市的文化符号和文化记忆,对提升城市知名度、打造城市旅游品牌具有重要价值。那么,鄞州乃至宁波如何活化利用以“安石文化”为代表的历史名人资源,让“安石文化”持续出圈?如何让“安石文化”品牌成为具有显著辨识度的地域文化标识和宋韵文化建设最具影响力的金名片?

习近平总书记指出,只有全面深入了解中华文明的历史,才能更有效地推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。央视热播,让王安石的故事走进了千家万户,也让更多观众对鄞州历史文化产生了浓厚的兴趣。为此,应做好“创造+创新”文章,进一步挖掘王安石历史空间依然存在。海绵里的水,挤一挤总是有的,关键是,愿不愿挤,以及如何去挤。

随着王安石故事的广泛传播,越来越多的人开始关注鄞州这个王安石曾经宦游过的地方,这是央视传播产生的流量效应。流量,的确为文旅发展带来了新机遇,但如果脱离不断丰富内容则无法持续,应该进一步做好“流量+留量”文章。

打包费的槽点不只在糊涂账

木 须 虫

3杯奶茶装在一个袋子里,却要收取3份打包费;150元的餐品,打包费就占了10元……如今,在各大外卖平台上,绝大多数餐饮收取打包费。然而,打着“限塑令”名号收取的打包费,在实际交易过程中,变成了一笔糊涂账,怎么收、收多少,由各商家说了算(3月7日《北京日报》)。

同样的食物,餐厅消费与外卖配送,价格肯定不一样。像包装费以及配送人工费,是刚性成本,无论消费者接不接受,都反映在价格里面,只是价格生成的方式不同罢了,最终还是羊毛出在羊身上,都由消费者来买单。诸如“食物价格+打包费+配送费”,只是让人看得更直观而已,无论赞成与否,对于消费没有实质意义。当然,打包费可以收,但必须保障消费者的知情权、选择权,否则就会构成强制消费。

至于打包费贵与不贵,取决于其成本的高低。如果要求外卖安全卫生,相应的包材就会贵些,如果外卖包装强制使用环保材料,成本就更高,如果还对外卖餐品提出诸如保温、密封等要求,则会进一步推高

为此,鄞州文旅部门整合优质资源,培育打造“鄞州人家”文旅联盟矩阵,推出王安石纪录片展播,制作安石系列短视频和海报,以全方位立体的推广,营造全社会读王安石、研王安石、颂王安石、学王安石的浓厚氛围。只有家底厚实了、内容充实了,流量才会变留量,“网红”才会变“长红”。

随着“王安石热”持续升温,会有越来越多游客来到鄞州打卡。但发展旅游的最终目标在于释放需求、提振经济。做好“打卡+刷卡”文章,把旺盛的人气转化为消费的热气,才是旅游高质量发展的关键。当地着手建设王安石纪念馆、王安石广场,实施福应庙行馆旧址提升等项目,结合乡土特色推出一系列文化演出、民俗体验、特色美食……这些举措,就是在聚集人流的同时点燃烟火气,在满足游客多层次、个性化需求的同时不断拉动消费,积极打造文旅融合新业态。

历史文化名人一直是文化创意产业界的大IP。但创意可以天马行空,“生意”却需要脚踏实地。唯有因地制宜、不断探索,做好“创意+生意”文章,才可能把好的创意做成“红火生意”,产生强大的溢出效应。比如,同高校、文创企业乃至科研机构合作,联手专业的设计研发机构,开发手作、手游等一系列产品等。只有实现从文化认同到文化消费的升级,才能让更多的消费者为创意买单,为产业落地和可持续发展不断注入新活力。

研究历史,最终是为了开拓未来,深耕细作历史文化名人资源必定会丰富当代人的精神生活。盘活“安石文化”资源,讲好“安石文化”故事,继而通过“安石效应”,推动文旅品牌打造、文旅产业振兴,传统文化创造性转化、创新性发展才算落到了实处。

不难看出,外卖并不属于经济性消费,通常情况下,单份食物不过二三十元,包装与配送费就得四五元甚至更高,让人有“豆腐盘成肉价”的痛感。

很明显,打包费的槽点并不只在糊涂账,更在于非食物费用过高,在消费总额中占比过大,导致消费性价比缩水。同时,由于平台提成的存在,外卖打包收费就有转嫁负担的可能,商家因此难逃瓜田李下的嫌疑,这也是许多消费者感到不爽、质疑打包费合理合法性的原因。因此,对于打包费应从不同角度来理性看待。消费者权益方面,收费应有所为有所不为,既公开透明,又合理适度,监管与平台需督促收费公开,明码实价,消费观念方面,应更加理性。外卖不仅不经济,也不环保。

对于外卖,监管层面应有更多考量,不宜放由市场泛滥,应加以必要限制,如限制包装滥用、限制平台抽成失度等。消费者层面,则不能只看到外卖的便利,还需多考虑一下消费选择是否有必要,尽可能少点几次外卖,于己节约、于社会环保,或许会更好。



序号	车型	排量(L)	排挡	颜色	初次登记	里程(万公里)	零售价(万元)
9	奔驰GLS450	2.5T	自动挡	黑色	2022.3	5	94.58
10	别克昂科威	1.6	自动挡	银灰	2008.1	11	1.88
11	别克凯越	1.4T	自动挡	白色	2015.12	14	4.28
12	起亚K3	1.5	自动挡	白色	2019.10	8	6.38
13	起亚自由光	2.0	自动挡	黑色	2016.9	10	5.68
14	宝马Z4软顶敞篷	3.0T	自动挡	黑色	2020.1	3.6	40.38
15	广汽传祺影豹	1.5T	自动挡	灰色	2023.1	1	10.28
16	大众高尔夫GTI	2.0T	自动挡	白色	2022.3	2.8	22.28
17	大众宝来	1.6	自动挡	黑色	2017.8	12	5.68
18	帝豪GL	1.6	自动挡	白色	2024.3	0.01	8.58
19	大众宝来	1.6	手动挡	白色	2011.11	7.7	2.08
20	大众速腾	1.4T	自动挡	灰色	2010.1	15.8	2.28

2024年宁波太白湖马拉松赛公交线路临时调整运营公告

因2024年3月10日东吴镇举办宁波太白湖马拉松赛实行临时交通管制,为保证公交线路正常运营,比赛当日对以下公交线路进行临时调整运营,具体如下:

一、8:20-9:00期间,162路、172路、微55路、621路、677路、677-1路、688路、690路8条公交线路途经宝瞻线(宝天线至海丝公园段)班次临时停运。

二、其他受影响路段7:00-13:00期间受影响线路临时调整运营:

(一)162路、微55路宝瞻公路镇南路口后双向改走宝瞻公路运营,撤销沿途相应站点停靠。

(二)微51路、微51路(古野吞蛭)宝瞻公路鄞县大道口后双向改走鄞县大道、东珠路,东珠路吴兴

路口后按原线运营,撤销沿途相应站点停靠。

(三)165路鄞县大道东吴北路路口后双向改走东吴北路进公交东吴站运营,撤销沿途相应站点停靠。

(四)170路鄞县大道东吴北路路口后双向改走东吴北路、东吴中路,东吴中路东珠路口后按原线运营,撤销沿途相应站点停靠。

(五)172路宝瞻公路鄞县大道口后双向走鄞县大道、东吴北路。

(六)171路、171-1路、171路上三塘班临时停运,13:00后恢复正常运营。

敬请受影响市民提前安排好出行,感谢您的支持和配合。

东吴镇人民政府
2024年3月7日