

# 打造公益品牌贵在不忘初心

俞洲

“这次夏令营，我最期待的就是游玩宁波科学探索中心。”来自江西的小孙同学说。7月10日上午，第五届“华茂·彩虹计划”公益夏令营开营。168名小营员中，有126名是来自宁波及周边城市的困境、留守儿童，还有42名彩虹之星和宁波优秀学生代表。2017年4月，宁波市人民政府办公厅发布《关于加强留守儿童关爱保护工作的实施意见》，因此，今年的“华茂·彩虹计划”与宁波市民政局、教育局、妇联等部门联合，共同将关爱聚焦点放在了宁波全大市范围的困境、留守儿童身上（7月10日《宁波日报》）。

五学共享，同行成长。本着为困境、留守儿童健康成长尽一分绵薄之力的宗旨，“华茂·彩虹计划”五周年公益夏令营创设了七彩主题的花样课堂，聚集来自各地的公益志愿者，再次为孩子们搭建起爱与交流桥梁的同时，更使自身的教育公益品牌形象不断提升，良好的社会效益和影响力不断彰显。

打造公益品牌贵在不忘初心。当前，越来越多的公益行为受到社

会的关注。伴随着《中华人民共和国慈善法》为核心的一系列政策法规的“井喷式”发布，公益组织和公益活动迎来了弥足珍贵的黄金发展期。但不必讳言的是，仍有相当数量的机构和人员混迹其中，背离善心与仁爱的公益原则，借公益名义骗钱诈捐、捞取名誉，导致伪公益活动盛行，不仅亵渎公众爱心，更令公益项目受损、公益人士蒙羞。由此观之，公益行动要引领社会风尚、造福弱势群体，固然离不开平台支撑和品牌化倡导，但更为迫切和关键的就是不忘公益初心，守住慈善本真。回望其一千多个与公益有关的日子，“华茂·彩虹计划”始终把关爱困境、留守儿童作为工作重点，五年如一日，踏踏实实地将公益做到实处，类似组织公益夏令营、圆梦微心愿、组建公益联盟等公益活动不仅切合困境、留守儿童的身心特点，而且在打造更具长效的公益生态环境，从而使公益品牌项目发挥更好的示范作用和更强的辐射效应。

打造公益品牌贵在持之以恒。公益是润物无声的善举，公益也是长期坚持的善行。一个人做一件好事并不难，难的是一辈子做好事。

公益品牌的打造也是一样的道理，它不仅需要一时一事的关爱和奉献，更需要长期付出，更需要成就梦想的毅力。对于一个企业来说，一次性的捐献大笔资金固然令人称道，但若把自身的影响力尽量发挥，通过公益项目的专业化布局和品牌化运营来“播下公益种子、培育公益土壤”，引导和带动更多的爱心人士参与公益，无疑更值得倡导与推广。“华茂·彩虹计划”运行五年来，始终把困境、留守儿童作为关爱重点，着力搭建甬城市民奉献爱心、城乡学子互帮互助的公益平台，在持续传递正能量的同时也得到了社会各界的认同和支持，越来越多的社会资源主动对接，越来越多的爱心人士加盟参与。正是因为这种坚持和坚守，才让每一个忙碌的彩虹人坚信：公益的受益者不仅仅是受助者，更是践行者。

打造公益品牌贵在与时俱进。公益项目的生命力在于不断创新与发展。“华茂·彩虹计划”之所以能成为一个长期、持续、稳定运转的公益品牌，除了参与者不忘初心、持之以恒的可贵努力外，也离不开项目运行过程中因不断探索与

创新而注入的持久活力。正是在深入基层，脚踏实地，倾听孩子声音，关注社会诉求的基础上，“华茂·彩虹计划”才能不断协调现有资源，创新活动模式，做到年年出新招、招招有亮点，使公益品牌形象更新，效应更佳，影响力更大。

在留守儿童关爱保护工作不断得以加强的今天，“华茂·彩虹计划”与12家公益组织携手共建关爱同盟，探索政企合作打造公益品牌的新模式，显然有助于发动和组织更多的社会人士积极参与这一公益活动，用爱心点亮人生，让品牌成就公益。冀望甬城能涌现更多类似“华茂·彩虹计划”这样的公益品牌，使爱心城市的荣誉更加发扬光大。



# 应对“烧烤模式”需多施清凉之策

萧海川

12日正式入伏，暑热难耐，不少地方开启“烧烤模式”。诸如“本市气温接连突破历史极值”“再度提升高温预警等级”的新闻不绝于耳。“原想空调wifi西瓜，却热得差不多能出锅撒把葱花”的调侃，更让人忍俊不禁。

调侃终究是调侃，酷暑还得认真应对。铁路罐车熔接工、空调安装工、道路养护工、室外建筑工、送餐快递小哥等职业人群，无不是头顶烈日坚守在工作岗位上。对高温下的劳动者而言，更多落到实处的防暑降温措施才能带来真正的清凉。

一些清凉之策已在路上。中华全国总工会日前下发通知，督促用人单位合理安排工作时间，适当减少高温时段作业和减轻劳动强度。人力资源社会保障部也从7月3日起，开展为期一月的用人单位遵守劳动用工和社会保障法律法规专项检查，用人单位是否遵守高温津贴规定被列入重点检查内容。此前，国家安全监管总局等四家单位还曾制定过相关办法，对高温户外工作时

间、劳动工资和津补贴等作出规定。

但清凉之策从纸面落到地面，还需再加一把劲。这既要有常态化的工作部署、督查检查，还要激发基层劳动者挺直腰杆维护自身合法权益的底气。一段时间以来，以高温津贴为代表的防暑降温措施，被一些用人单位轻视、忽视，甚至无视。有的劳动者不了解高温停工、高温津贴等待遇，即便知悉一二，也不敢向用人单位提出意见。

好规定遭遇落地难的背后，折射出部分用人单位不正确的人力资源观念。这种观念说到底，是对劳动者的不尊重，对生命的不尊重。同时说明，基层人社部门、工会组织等机构尚需形成合力、积极作为，倾听普通劳动者的呼声，加大普及相关劳动权益知识的力度，纠正部分用人单位的错误观念，真正为普通劳动者在酷暑中撑起一片阴凉。

何当一夕金风发，为我扫却天下热。社会前进的每一步，都凝结着无数劳动者辛勤的汗水与付出。应对“烧烤模式”，还需更多清凉之策，更需将好政策落实到位，这份清凉是劳动者们应得的回报。（新华社济南7月12日电）

据7月11日新华社报道：6月底，山东潍坊菜农地里收购价约5分钱一斤的甘蓝，历经辗转至北京的大超市，一斤售价超过2元。从山东潍坊到北京大约500公里，从田间地头到经纪人手中，再到大型批发市场，装卸、运输、场地租赁、园区管理费一个不能少。如山东寿光批发市场的蔬菜，运到北京五环时和进入市区的超市相比，价格涨到3倍，在其流通成本的构成中，运输费用只占10%左右，中间环节交易费用占63%。

菜价太贵

菜价太贱

层层流转 层层加价

画里话外

地头收购五分钱，超市两元才卖出。中间费用占大头，如此分配太离谱。

农民不能白辛苦，产销一体是出路。网店直销若铺开，绿色流通少梗阻。

郑晓华/文 商春海 马研/绘

本期主持 朱晨凯

热点 @微评

据7月12日光明网报道：近日，网友晒出昆明某公交司机在驾驶室吃饭的照片，称当时公交车正在路口等红灯，司机拿出快餐盒扒了几口，信号灯换绿色时，放下盒饭启动车辆。对此网友说法不一，有人认为司机工作忙碌，空闲时吃两口饭似无可厚非。也有人从安全角度考量，认为抢时间吃饭有安全隐患。

点评：不论何种职业，职业规范都是硬约束，不该被随意打破。“理解”下的步步松懈和退让，会导致规范形同虚设。下次公交司机有其他更不符合职业规范的行为，是不是也可以因为“让人心酸的背景”，继续请求“给予理解”？乘客安全又拿什么来保障？

@黄南华巴拉巴：这是对规范的消解。

@仙女cccc：全国那么多公交车司机，人家怎么解决吃饭问题的？

据7月12日《广州日报》报道：暑假来临，正是出游好时节，北京市消费者协会公布了一份调查报告，显示不论是一日游还是异地游，强制消费问题仍然很突出。例如，有的北京一日游，团费仅仅120元——如此白菜价当然不是“请客吃饭”，变相加价或强制购物的“好戏”必然跟在后面。

点评：对于这些违法违规行为，监管部门除了狠狠整治市场秩序，不妨探索源头治理，变被动应对为主动介入、事后惩戒为事前防范。更关键的，除了堵，还须疏，应推动企业转型升级，帮它们寻求更有前景的“出路”。

@小芳：老年人很容易上当。

@西西甜品：贪小便宜的心态还是不要有。

据7月12日《中国青年报》报道：日前，一则人大毕业生带娃拍毕业照的消息火爆网络，大学期间到底适不适合结婚引发网友讨论。一项调查数据显示，52.2%的受访青年认为大学期间不适合结婚；68.8%的受访青年认为大学期间不适合生娃。

点评：既然大学生到了法定结婚年龄，法律也允许上学期间结婚，那么，要不要结婚、要不要生娃，就应该由每个人自己选择、决定。那些结了婚的，可能确实是“人生赢家”，早早把一些大事搞定。但也不排除有婚姻不幸者，后悔当初的“年少无知”。总之，不要只看到人家的“早”，也要按捺住自己的“躁”。

@总数为零：其他的事情慢慢来，该来的总会来。

@阿斯兔子：婚姻还是谨慎对待为好。

# 领导干部要学会坦诚接受舆论监督

赵继承

最近，网上热传陕西旬阳县水利局下属的河务局局长杨必领，跟媒体“躲猫猫”的视频。视频中，杨必领面对媒体采访“河道非法采砂”一事左躲右闪，记者问其身份，他坚称自己“不是河务局的”。而视频中所给出的“河务局局长”官方公示照片，和被采访男子是同一个人。

像杨必领这样，一些领导跟媒体“躲猫猫”的事屡见不鲜。记者对某一问题、事件、事故跟踪采访时，要么相关领导电话多次打不通，要么上门采访也是“大门紧

闭”，要么工作人员也“不知道”领导去向，难得“逮到”领导，也是一问三不知，或者支支吾吾说不出所以然。

有些官员见了媒体，咋就像老鼠见到猫？分析原因，他们心里无非有“三怕”：一是怕说漏嘴，让媒体抓住不放、深挖细究，最终拔出萝卜带出泥，问题越捅越大；二是怕担责任，说真话，引起领导反感，说假话，责任压身；三是怕被炒作，一旦事情曝光成为热点，引发舆论说三道四，收不了场。而之所以有这“三怕”，是因为相关部门在行政中确有决策失误或违法违规现象以及不担当、不作为行为。

舆论监督，发挥着针砭时弊、激浊扬清、促进问题整改、遏制不法行为的积极作用。无论是党委政府还是公职人员、党员干部，都应把过好舆论监督关当作检验政府公信力和党员干部忠诚、干净、担当的试金石。在面对舆论监督时，讲经验成绩不燥脸不红，对公众拍砖的绩绩不回避，坦诚从容。

坦诚接受舆论监督，要求政府部门严格依照法律法规的权限和程序行使权力，确保政策的落实执行不跑偏走样；把承诺的民生、发展、廉洁事项践行好，通过高效、清廉的服务形象取信于民；树立严实的政绩观、事业观，不搞花架子、形象工

程，以实绩实效为民谋福祉。

坦诚接受舆论监督，公职人员、党员干部应始终坚持立身不忘做人之本、为政不移公仆之心、用权不谋一己之利，坚决杜绝违法犯法、贪赃枉法、贪污受贿、吃拿卡要等行为，树好廉洁自律、遵章守纪、克己奉公的形象，真正做到身正不怕影子斜。

坦诚接受舆论监督，面对指责、批评时，公职人员应勇于反思失误，敢于承认错误、承担责任，不怕丢帽子、丢面子、得罪人。出了问题，能够立改立行，让公众看到承担责任的勇气、改正问题的决心与行动，而不是“躲猫猫”。

# 葛宇路命名“葛宇路”折射公共服务不足

何勇

近日，一则《如何在北京拥有一条以自己命名的路》的帖子在网上热传。帖子称，一位名叫葛宇路的学生，从2013年起寻找地图上的空白路段，并在其中一条路上设置自制的“葛宇路”路牌。随后，高德地图等地图软件收录这条道路，收录时这条本来无名的道路就叫“葛宇路”（7月12日《北京青年报》）。

从法律角度看，不管是根据《地名管理条例》，还是按照《北京市地名管理办法》，城市道路的命名、更名及其管理工作均由专门职能部门负责，按程序，要得到政府审批，街道名牌、道路名牌由专门

部门负责制作、安装、维修和管理。换言之，普通市民无权直接给城市道路命名，更不能安装自制路牌。而且，地名命名应遵循的原则之一，就是“一般不以人名作地名”。如此来看，葛宇路给一条空白路段命名并自制路牌“葛宇路”不合法。再说了，一个普通人，就算拥有了一条以自己姓名命名的马路也没任何意义，终究还是没有多少人知道你是谁。

但是，从满足民众生活需求的角度看，“葛宇路”的出现显然方便了群众。随着城市化进程的加快，很多曾经的空白路段有了很多住户，有些路段甚至已经成为居民活动频繁的场所。如果道路没有名字，这给生活中的指路、快递、外

卖送餐等带来极大的不便，会让人跑很多冤枉路。换句话说，道路只要有路名，即便是不规范的路名，也比没有路名要方便得多，这其实是地名的最基本功能所在，也是地名命名的主要目的。像“葛宇路”的出现，就很符合地名命名的最原始方法，很多地方的X家桥、X家庄、X家亭、X家湾等地名就是这么来的。所以，不合法但方便了居民生活的“葛宇路”，才会相继被高德地图等地图软件收录，并得到当地市民的认可，以致他们把那条路叫“葛宇路”成为习惯。

事实上，“葛宇路”的出现，其实是道路命名公共服务不足的结果，甚至可以说是相关部门不作为的结果。如果职能部门在进

行城市规划的时候，及时给有居民生活的道路命名，并制作、安装路牌，不留下没有名字的空白路段，那么像葛宇路这样的人，即使想用自己的名字给道路命名也没有任何机会。

全国各地不同城市，没有名字的路段不少，“葛宇路”的出现给各地地名命名部门提了个醒：必须避免因自身不作为而给普通民众提供乱作为的漏洞，尽快依法给没有命名的路段命名，实现法定地名全覆盖。当然，具体到“葛宇路”，虽然它的出身不合法，但考虑到当地市民已经形成的习惯，对它不宜轻易更名。让“葛宇路”合法化，成为真正的路名，也是给地名命名工作留下一块生动的警示牌。

据7月12日《北京晨报》报道：下周起，乘坐G、D字头动车组列车出行的旅客可以通过12306网站、12306手机APP订餐了。旅客既可以订所乘列车餐车供应的餐食，也可预订沿途供餐站供应的社会品牌餐食。订餐成功后，铁路服务人员会把餐食送到订餐旅客指定的车厢和席位。

点评：此举虽然增加了铁路服务人员的劳动量，但给乘客带来更好的出行体验：用餐选择变得更多，品种也更丰富了。虽然最终效果还有待市场检验，但铁路部门敢于变通，从乘客角度改进工作的态度，值得点赞。

@GG了我的亚索：打破垄断局面，方能降低动车餐食价格。

@萨格勒布：就怕车厢味道更重了。