

服务民生:不怕有问题,就怕不搭理

陆 仁

“洗车店污水直排,多部门联合整治”“海曙‘六步走’清理楼道顽固‘牛皮癣’”“鄞州探索餐饮店联合管控,破解油烟扰民问题”……自电视问政活动开展以来,我市不少部门和单位闻过即改、立说立行,迅速启动一些“老大难”问题的整治,积极回应舆论监督和群众期待,成效已初步显现,这印证了那句老话——不怕有问题,就怕不搭理。

搭理,通俗点讲就是“对别人的言语和行动有反应”。置于民生视角之下,当然是指各级主管部门、公共服务机构、公务人员对群众意见、诉求的受理、处置和反馈。对于城市方方面面存在的民生之困,各级主管部门愿不愿搭理、敢不敢搭理、能不能及时搭理,结果是大相径庭的。主动搭理、认真受理、及时办理、妥善处理,老百姓就能少一些困扰、困惑,就会得到更多的获得感、安全感、幸福感。相反,视若不见、置之不理、呼而不应或者选择性受理,即使再简单的问题也会在原地打转转。

管理学上有个著名的“破窗效应”,说的是环境中的不良现象如果被放任存在,会诱使人们仿效,甚至变本加厉。日常社会治理中,像洗车店污水直排、餐饮店油烟扰民等问题,如果从单纯个案而言,是不难解决的,我们并不缺这方面的法律和规章制度,也不缺监管的成功范例。可一旦思想松懈、制度松弛、管理缺位,形成“破窗效应”,任其“野蛮生长”,小问题就会发展成为行业的通病、危害社会的乱象。这个时候,再回过头来整治,那就得“事倍功半”、付出更大的治理成本了。



图据中国宁波网

正所谓“事非经过不知难”,面对舆论的“兴师问罪”,有的领导干部可能会感到委屈:有些问题是历史形成的,有些可能是机构改革监管职能刚移交过来的,为何要把账算到自己“头上”?这样的心情可以理解,但这种认识是站不住脚的。既然你坐上了这个位子,就要挑起这副担子。不能因为问题是以前累积下来的、别人那里移交过来的,就选择回避,不去搭理。任何一项事业,都是在前人基础上推进发展的,前人留下的矛盾和问题,自然也要积极去化解。被追问、被“拷问”是很正常的,“新官”也要理“旧账”嘛。最近一期问政节目,老百姓给局长送耳塞,就是希望他们能够广开言路,用心倾听“民间疾苦声”。

市委书记郑栅洁说,“老百姓的事再小也是大事”,这是我们各级党员干部应该有的认识 and 态度。过去,有的部门在群众中“口碑”不是太好,民意测评经常处于尴尬位置,何故?追根溯源,不仅在于他们所管理的领域出现了这样那样的问题,更在于他们对待问题和服务对象的态度、反应出现了偏差。遇事首先想到“打太极”,有了矛盾习惯于当“鸵鸟”,群众找上门来敷衍了事,“哼哼哈哈”,这样的作风,老百姓怎么能给好评?

最近两轮电视问政,一些涉及多头管理、看似没办法解决的难题,得到了较好的解决,老百姓拍手称快,舆论频频点赞,这是值得充分肯定。同时,也要看到,有些问题之

所以久拖不决、渐成积弊,不是敢不敢为,而是愿不愿为的问题。说到底,“是不为也,非不能也”。事实证明,只要肯担当、有决心、敢作为,办法总是有的,困难也总是能克服的。在解决民生问题方面,各地各部门的“一把手”决不能“缺席”,必须要有更大的担当。

问政就是“问诊”,压力催生动力。电视问政有力、有效,“粉丝”越来越多,自然是好事。我们希望这档节目越办越好,发挥更大的作用。但不必讳言,新闻媒体作为“第三只眼”,所能承担的功能毕竟是有限的。平常,老百姓有了困难,遇到了烦心事,更多还是要通过向有关部门直接反映来解决。因此,如何把类似电视问政的“外部压力”转化为职能部门关注、服务民生的“内生动力”,是更迫切需要解决的问题。换个角度而言,老百姓每一次反映诉求的过程,何尝不是在问政?何尝不是在问政?

不怕有问题,就怕不搭理。如果从更高的标准和要求来看,解决民生问题,“坐等群众找上门”终究不是办法。去年以来,有的公共服务部门全面启动、全员上阵,从服务对象的角度出发,换位思考、体验,开展“小问题、大整治”,取得了不错的效果,这种方式值得借鉴。如何实现“人民满意”为目标,检视问题,整改落实,补齐短板,提质增效,不正是“不忘初心、牢记使命”主题教育要着力解决的问题吗?

明州论坛
首届浙江省新闻名专栏

让“夜经济”灯光更好温暖百姓夜生活

王立彬

万家灯火,万家浓情。“夜经济”有标志性商圈,夜文化有代表性场所,而老百姓的夜生活是无所不在的。在经济社会普遍繁荣的新时代,“夜经济”不只是商圈的事儿,不只是城市的事儿,“夜经济”灯光要照亮城乡,更好温暖百姓夜生活。

“夜经济”,主体是人的夜生活。发展“夜经济”、服务夜生活,在集中消费娱乐的商圈之外,要更多面向社区服务,要像上海等地一样,努力为24小时便利店进社区提供便利,让人们更好享受家门口的“夜经济”。据中国连锁经营协会数据,目前我国有便利店10.6万家,每1.3万人拥有一家便利店。日本约每2248人拥有一家便利店,按此密度计算,我国拥有70万家左右社区便利店的潜力。一个深夜便利店,并不需要商品多么丰富,饭团、关东煮、方便面、咖啡,这些最常买的东西就够了。夜归人即便不买东西,也愿意下车后先进店转一转,与店员互道一声温暖的“你好”。的确,一个地区的夜晚灯光亮度与其经济繁荣成正比,但这灯光不需要那么辉煌夺目,不需要卫星图片都能显示,只需要街角一盏灯,就能体现一个社区“夜经济”的真正暖意。

“夜经济”表明夜晚不仅属于睡眠,然而良好睡眠即属于“夜经济”。目前助眠枕头、助眠香薰、助眠眼罩等“睡眠产业”迅

速发展,在由发达国家及地区主导的全球睡眠产业中,每年上千亿元的中国市场正呈现后来居上之势。阿里、苹果、谷歌等科技巨头也纷纷布局睡眠领域,蜗牛睡眠、萤火虫睡眠、小睡眠、白噪音等助眠App有上百种。通过研发、推广、普及,从夜间瑜伽、健身到人工智能助眠,让人们更好地享受夜晚时间,在夜间能够更好地放松,更有质量地休息,更好地恢复身心,属于“夜经济”的重要组成部分,值得我们大力发掘。

“夜经济”不只属于城市,也属于乡村。从依托密云云干峪沟村30套民房的北京山里寒舍、延庆姚官岭村6个知名品牌组成的延庆民宿集群,到广州梅县区涌现的三舍、花间慢、志睦楼、雁南山居等有名品牌,我国乡村民宿正成为乡村振兴的重要产业,“吃农家饭”向“借农家眠”纵深发展。2019上半年,途家乡村民宿交易总额较去年同期增长180%。最近三年间,河北丰宁当地的民宿线上交易额增长近50倍。国家信息中心《中国共享住宿发展报告2019》指出,乡村民宿拥有优美的自然风光、独特的人文风情、舒适的慢生活体验、较高的性价比优势,正在赢得越来越多城市消费者的青睐。告别繁忙喧嚣的城市,回归绿水青山中的田园农舍,在周末以及节假日“到村里住几宿”,正使乡村成为“夜经济”的新乡愁,点亮了寂静的山村、净化了疲劳的身心。

“浪漫经济”需传统文化支撑

付 彪

中国传统节日七夕期间,很多商家针对性策划各种节日营销活动。记者了解到,今年“浪漫经济”温度不减,在恋人们费尽心思表达爱意的同时,商家更是绞尽脑汁,想要在这涌动着商机的节日里掘金一把(8月7日《工人日报》)。

七夕是我国最具浪漫色彩的传统节日,也有着悠久的历史文​​化。不过相比其他传统节日,七夕节的知名度不是很高。随着“西方情人节”消费的大热,商家大概觉得一个情人节不够,又借助七夕的爱情故事,创造出了一个“中国情人节”。尽管有点跟风的感觉,但让七夕节渐浙风生水起,既增添了节日浪漫气氛,又繁荣了消费市场,实乃一件好事。特别是爱不够的年轻人,已经接受了“中国情人节”,反过来提升了七夕节“浪漫经济”的温度——懂爱的消费者“买买买”,精明的商家赚得盆满钵满。

事实上,作为第一批列入国家非物质文化遗产名录的七夕节,并不只是商家眼里的“情人节”,就像端午节不只是“粽子节”、中秋节不只是“月饼节”,七夕节同样具有丰富的文化内涵。资料显示,七夕节既源于牛郎与织女凄美而浪漫的爱情故事,也源于传说中织女是一个勤劳、善良、多情的劳动巧手;古代女性会在农历七月初

七,向织女乞求劳动技巧和婚姻匹配的技巧,又名乞巧节。姑娘们乞巧的方式有很多,如穿针应巧、喜蛛应巧、投针验巧,趣味十足;还有天河夜话、拜织女、拜魁星、吃巧果等习俗。

不能不说,七夕节被简化为情人节,“浪漫经济”是火了,但七夕的文化内涵则日渐式微。尤其是在物欲的冲击下,商家借助“浪漫经济”大打促销战、折扣战,让七夕节成了“情人劫”,这不仅使节日的浪漫显得庸俗,也难以引发人们情感上的共鸣。当然,将传统节日办成“消费节”,可以视为商家的销售策略,甚至是一种推销智慧,无可厚非,但是只重视“浪漫经济”的开发,忽视对文化内涵的发掘,甚至搞出一些格调不高的东西来,必然会影响传统节日的传承,这样的“浪漫经济”也势必会异化。

“浪漫经济”需要消费,更需传统文化作支撑。对消费者来说,在“买买买”的同时,不妨了解一些七夕节的知识,增进对新时代劳动巧手、爱情与家庭关系以及人生价值追求的感悟。对商家来说,也需传承七夕节文化内涵,少些“爱情买卖”,多些“爱情文化”。对政府部门和社会界来说,更需不断发掘节日新内涵、寻找新载体,引导公众重拾七夕节的美好、重温七夕节的浪漫,展现七夕节走心的气质与灵魂。

“回炉”教育是解决“本领恐慌”的有效途径

施立平

近日,宁波职业技术学院主要面向社会人员的首次扩招录取工作已圆满完成,50人被录取进该校电子商务专业、物流管理专业。该校将依据标准不降、模式多元、学制灵活的原则,为扩招学生量身订制培养方案,实行弹性学制,实施现代学徒制培养模式(8月3日《中国教育报》)。

今年高职院校开展扩招工作,其背景是国家出台的2019年全国高职扩招100万人政策。这一政策利好主要惠及具有高中阶段学历或同等学力的人员、普高职高应届毕业生等。

作为社会人员,往往已有就业、创业经历,如能按高职扩招计划被高职院校录取,那将重新进入学校这一“熔炉”,接受“回炉”教育。“回炉”教育是终身教育的一种形态,已成为人们提升自身文化和技术技能素养的有效途径。在经济社会快速发展的今天,就业岗位对拟聘人员综合素质的要求越来越高,职业种类加快更新催生新的就业机会,创业业态迭代升级使创业者面临的风险激增。无论就业者还是创业者,在知识经济时代均需要不断学习,不断“加油”“充电”,不断解决“本领恐慌”“技术技能恐慌”。“回炉”教育是一种加强版的学习类型,是消除“本领恐

慌”“技术技能恐慌”的有效办法。据报道,原在一家服饰企业从事淘宝运营工作的陈先生对能考进该校电子商务专业非常满意;之前在快递公司工作的童女士认为,她能进该校物流管理专业就读了“一次很好的发展机会”。可见,社会人员有清晰的职业规划,对自己进学校接受教育的实际需求也作过清楚分析,自然会特别珍惜因高职院校扩招而得以入读相关院校的机会。

高职扩招及后续的教育工作理应满足社会人员的教育需求。高职扩招不仅仅是单纯的数量上的扩招,而是要通过深化技术技能型人才供给侧结构性改革,来提升广大

就业创业者的素质。宁波职业技术学院用现代学徒制模式培养扩招学生,具有很强的针对性。现代学徒制是脱胎于传统的“师傅带徒弟”的现代职业教育模式,强调校企联合招生、联合培养。宁波职业技术学院在这次扩招考试的面试中,就采用了校企联合招考,让企业专业人士全过程参与招生选拔。

其实,作为社会人员,大多已进入劳动就业体系,当他们进入高职院校接受教育时,又要进入职业教育体系,这时,就适合采用现代学徒制培养途径,使行业、企业参与高职院校人才培养全过程,使学生在职业教育体系与劳动就业体系的互动中获得最大限度的发展。

受捐者退余款的启示:网络捐赠需规范

林上军

“水滴平台筹款需求方爱心筹款退回支付卡38.96元。”近日,不少人的微信收到一笔退款到账通知。这是一笔来自舟山市岱山姑娘小夏爱心筹款的退款。小夏自小与妈妈相依为命。近2个月前,她妈妈确诊子宫内恶性肿瘤全身多发骨转移。为了照顾妈妈,小夏放弃宁波的工作回到舟山。每天600元至1600元的医疗费快要压垮这个女孩。无奈之下,她只能在“水滴筹”上发布求助信息,并筹集到16万余元。然而,大家的爱心没有留住她妈妈的生命。处理完妈妈的后事,小夏将剩余的12万余元按比例退还给资助人。

小夏的自强自立、不贪不占是难能可贵的,理所当然得到人们的称赞。与之相对应,社会上心安理得地消费别人的爱心款,或因为爱心捐款结余去向引起纠纷的现象屡见不鲜。2000年,围绕14万元的捐款余额,广西横县人民法院审理了全国首例“爱心官司”;2013年,曾引起社会爱心狂潮的“海救救母女孩”社会捐款该属于谁,曾引起巨大争论;2015年12月,四川绵阳盐亭13岁单亲家庭女孩梁某,因癌症晚期且家庭贫困,引起广大爱心人士关注,仅有账可查的捐款就有11万余元。2016年1月14日,梁某病重不治去世,当初的捐款并没有用完,但家长不愿意退钱。

其实,《公益事业捐赠法》《慈善法》,对于捐赠、捐助等慈善行为,皆有比较明确的规定。如《捐赠法》第五条规定:捐赠财产的使用应当尊重捐赠人的意愿,符合公益目的,不得将捐赠财产挪作他用。第二十九条规定:挪用、侵占或者贪污捐赠款物的,由县级以上人民政府有关部门责令退还所用、所得款物,并处予以罚款;对直接责任人员,由所在单位依照有关规定予以处理;构成犯罪的,依法追究刑事责任。《慈善法》第十二条规定:慈善组织应当根据法律法规以及章程的规定,建立健全内部治理结构,明确决策、执行、监督等方面的职责权限,开展慈善活动。

显然,相关法律在制订时,已

预见到会出现受捐赠财产被挪用、侵占或者贪污的情况,肩负相应职责的网络平台,有责任依法监督受赠资金、财产的处置情况,但现实中执行情况往往不尽如人意。小夏之举之所以引起人们的强烈反应,究其原因还是当下一些网络平台捐赠行为需要规范,热衷捐赠的爱心人士也需要对所捐款项有个清晰的了解。

现实一再告知人们,单靠道德约束、道德谴责,“爱心”事业还难以做到行稳致远,除了道德还需要用更加细化的法律规则,让受赠者从他律走向自律,从而使慈善义举实现良性循环。从这个意义上说,小夏姑娘之举不仅仅是给我们上了一堂道德课。

尊重技术,“矢志创新路”

2018年,海天集团公司年产值157.6亿元、年销售额153亿元、利税33.6亿元,各项经济指标再创历史新高。

历经40多年砥砺前行,海天造出了我国最大的精密注塑机、首台全电动注塑机,如今已成为引领中国注塑机产业的“风向标”。

是躺在已有的功劳簿上,还是站到国际市场上继续厮杀?海天选择了后者。在叶成刚看来,无论是集团高层还是普通员工,已将自主创新精神渗入了自己的日常,在产品、技术、管理等方面不断创新求变。

“刚刚走出国门的时候,我们更多依靠的是产品的‘性价比’;现在,我们希望通过在高品质的细分市场上精雕细琢,以更具有核心竞争力的产品,为民族工业在国际市场杀出一条血路。”张静来说。

“想当年,第一台120吨注塑机在巴西展示时,看到中华人民共和国国旗在异国土地上升起,我的心情异常激动。我们一定要团结一心,把攀登世界装备工业的最高峰作为使命,要在世界舞台扬眉吐气。”

张静章的话,让台下机械设计专业毕业的叶成刚心潮澎湃。装备强国,注塑机被誉为“塑料产品之母”,是支撑现代工业的重要基石。

但是,在中国,不管是注塑机还是数控机床,高端控制器、液压阀等核心部件都依赖国外进口,而且价格昂贵;作为注塑机生产和应用大国,中国在全球中高端注塑机的技术和市场上鲜有话语权。

“可以说,装备制造业一直是中国薄弱环节。因为它考验的不是一项孤立的技术,而是整个产业链和一个国家的综合制造水平。”叶成刚说,自主创新这条路不仅漫长,而且充满了风险,充满了不确定性。

海天从来不曾气馁。张静来记得,时任浙江省委书记习近平在宁波作自主创新专题调研时就强调,要加快提升企业的自主创新能力,使企业真正成为研究开发投入的主体、技术创新活动的主体和创新成果应用的主体。

不负期望,负重前行。

2006年,经过近10年的持续攻关,海天塑机发明的伺服节能型注塑机,引领了行业绿色发展的潮流,平均节电50%左右。

随后,海天自主研发的全电动注塑机,两板式注塑机填补了我国精密注塑机行业的空白,一举打破了欧美国家对高端塑机制造垄断的最后个壁垒。

2014年,海天研制的国内首台锁模力6600吨、容积量50立方米的超大型精密注塑机,成功应用到“城市管网”建设等行业领域,有助于解决超大型精密构件的“卡脖子”难题。

据统计,海天集团的研发经费投入常年保持销售收入的5%左右,近几年海天塑机年销售收入快速增长,其中新产品贡献率高达60%;同时,在海天塑机每8名员工中,就有一人是科技人才。

当年,为了引进原德国塑料与橡胶机械协会主席海勒姆·弗兰茨担任执行副总裁,海天在实行股权激励的同时,还开出了超过100万元的年薪,是集团董事长本人的10多倍,一时间被传为佳话。

“可以说,海天一直以尊重人才、尊重技术为导向,这是公司的立身之本。”张静来说,海天内部还长期设立年度“技术创新奖”,鼓励员工自主创新。

采访的最后,叶成刚向我们吐露了心声:“作为年轻一代的建设者,我们一定会传承好艰苦奋斗、自主创新的海天精神,努力追赶行业内的国际巨头,让‘中国制造’真正在世界舞台上发光发热。”

【紧接第1版②】此外,不断壮大的小微企业也为就业市场提供了数量可观的岗位。二季度末的就业登记人数中,第三产业就业登记人数同比增长9.7%。

中国人民大学中国就业研究所和智联招聘联袂发布的2019年二季度《中国就业市场景气报告》显示,宁波以2.24的CIEER指数(中国就业市场景气指数)成为二季度就业较好的10个城市第二名,同时也是4个一线城市和15个新一线城市中唯一入围就业景气“红榜”的城市。在端住“饭碗”的同时,我市的就业满意度也保持高位,据委可思研究院和社会科学文献出版社共同发布的《2019年中国本科生就业报告》显示,在杭州、宁波、南京等“新一线”城市中就业的本科毕业生,满意度指数不输一线城市。

实业报国,“开眼看世界”

2003年,研究生毕业的叶成刚进入海天,成家、立业、入党、晋升,一晃就是16个年头。

每次上党课时,集团党委书记张静章分享的故事,总能带给他别样的体会。