

以农贸市场改造提升增进群众获得感

凌 波

日前，北仑星阳农贸市场被认定为省五星级农贸市场，这是我市首家、全省第5家省五星级农贸市场。

农贸市场，关系着千家万户的“菜篮子”，更是城市文明形象的重要窗口，体现了城市管理精细化水平。以前，许多地方的老旧农贸市场，给人以“臭烘烘、湿漉漉、脏兮兮”的印象。一个城市，即使道路宽了、路灯亮了、楼房高了、绿化美了，如果没有把农贸市场搞好，市场环境脏乱差，这个城市也不过是金玉其外而已。解决好百姓的“菜篮子”，让人民群众生活得更美好，是城市治理的价值指向，也是评价一座城市的标准之一。

民以食为天，农贸市场与人民群众生活休戚相关。提升农贸市场的品质，不仅意味着商品的质量保证，还有消费环境的改善。老百姓能在环境好的农贸市场中买到便宜、放心的商品，就会提升获得感幸福感，满足对生活质量的追求。做好农贸市场的改造提升工作，让

农贸市场靓起来，既是美化城市形象的需要，更是改善民生、提升人民群众获得感幸福感的必然之路。作为城市形象重要组成部分的农贸市场，不能总停留在脏乱差的环境中，必然要顺应人民日益增长的高品质生活追求的步伐，因此，提升改造是优化城市形象的应有之义，也是改善城市生活环境的内在需求。

坚持人民城市为人民，是城市治理的出发点和落脚点。长期以来，我市把农贸市场改造提升作为深化为民办实事、推进文明城市创建的重要举措来抓，加大财政资金投入，注重长效机制建设，强化典型示范引领，形成了一大批群众购物舒心、商品质量放心、消费服务称心的农贸市场。仅2020年，全市各地就累计投入资金4.4亿元，改造提升农贸市场139家。新增省五星级及以上农贸市场87家，创建省放心农贸市场93家，乡村市场星级覆盖率为91.69%，城区市场二星级及以上覆盖率为93.88%。从城市到农村，农贸市场面貌焕然一新，群众满意率显著提升。

从马路菜市场，到退路入室，再到标准化经营，农贸市场的每一次升级，都见证着城市的现代化进程、管理水平与治理能力的提升，以及居民生活的消费升级和对环境卫生、健康安全的追求。农贸市场的提升改造只有进行时，没有完成时。我市农贸市场基数大、基础弱，历史欠账较多，尽管经过几轮改造提升，许多农贸市场华丽“转身”，面貌得到了有效改善，然而依然存在着规划布局不尽合理、基础设施配套不足、周边治理不够到位、食品安全防控不够全面、协同监管不够紧密、建设管理和执法依据尚有缺失等突出问题，与人民群众的期待有一定差距。

如何让农贸市场环境更好、服务更优，使百姓的菜篮子拎得放心、拎得轻松，政府部门责任重大。新近出台的《宁波市菜市场管理条例》，明确了农贸市场民生性、公益性、社会性的功能。改革开放以来，我市农贸市场投资主体经历了以国有为主到多元发展的探索。随着民营资本的进入，农贸市场公益性属性有所弱化，社会效益

优先理念及公共服务功能被削弱，一些农贸市场举办者重利益轻投入、重收费轻管理，主体责任淡薄，农贸市场的民生性、公益性、社会性功能得不到有效保障，导致农贸市场管理难度加大，人民群众的体验感不好。

尽管受到电商和其他业态的冲击，但可以肯定，在今后相当长时期内，农贸市场仍将是城乡居民“菜篮子”供应的主要渠道、农产品消费的重要场所。实行投资主体多元化，不等于政府就对农贸市场的建设和管理撒手不管，相反，更应加强对农贸市场规划、建设、改造提升和供应保障等工作的组织领导，建立起政府引导，市场主体、行业组织和其他社会力量共同参与，共建共享、多元共治的发展模式，发挥农贸市场在“菜篮子”保障中的主渠道作用。



莫在追求“好名声”中迷失自己

刘越祥

近日，《中国纪检监察报》剖析了浙江落马厅官陈晓的典型事例。其中讲到，陈晓是个很在意别人看法的人，据他自己说，“我在人前人后十分注意自己的口碑，希望能有个好名声”。

为了追求“好名声”，陈晓在他个人的圈子里，的确有着“不错”的口碑。比如，陈晓怕损人面子、搞僵关系，在人情往来上，不该吃的饭也吃，不该收的礼也收，让那些攀附他的人感到这个人“亲和、低调、好接触”，博得了“会交往、善交际”的名声。再比如，面对一些不正当的请求，陈晓不仅没有严加拒绝，反而热心打招呼、说人情、搞协调，在请托人眼里有着“挺热心、肯帮忙”的好名头。还比如，面对老同学、好哥们等熟人的请托，他言出必行，获得了“讲义气、能办事”的口碑。

然而，陈晓追求的“好名声”，并没给他带来真前途，也没给他带来好运气，即使他竭力扮演好官清官的样子，最终却落得身败名裂。个中缘由，在于他追求的“好名声”变了质、走了样。比如，他圈子广、善交际，表面上低调做人、有亲和力，实则是在“善交际”中捞取好处、彰显地位。他肯帮忙、能疏通，表面上为人热心、挺有魄力，

实则利用个人职务影响，彰显个人的“能力”“价值”。他讲义气、敢办事，表面上义薄云天、敢做敢为，实则把公权当私器，用任性，大搞权钱交易、利益输送。

人的名，树的影。陈晓既追名、又逐利，成为一小撮别有用心之人钻营、利用的工具，让他在“好打交道”中放松警惕、滥交朋友、没了顾忌，在“重感情、不重原则”中忘记初心、失去立场、没了底线，在“敢办事、能办事”中铤而走险、以权谋私。这样的“好名声”，实则是聪明反被聪明误。

党员干部珍惜名节，希望留个好名声，本身并没有错。陈晓追求好名声，错就错在他偏离了好名声的本质、立场。应该明白，共产党人的好名声才立得住、站得稳；共产党人的好名声是在干事创业中体现的，应该时刻想着为党和人民的事业鞠躬尽瘁，时刻把群众需求挂在心上，只有做出一番经得起历史、实践和人民检验的好业绩，好名声才叫得响、过得硬；共产党人的好名声必须由人民赋予，俗话说“金杯银杯不如百姓的口碑”，只有广大群众由衷认可、真心赞誉，这样的好名声才是真的好。

不能让商业化高考志愿填报服务野蛮生长

何勇海

十年寒窗，一朝交卷。家长们望子成龙的心态，让不少商家盯上“高考经济”这一市场。填报志愿收费服务，近年就快速发展起来。天眼查数据显示，我国目前已有1500家企业名称或经营范围含“志愿填报”，近九成相关企业成立于5年内。梳理发现，志愿填报服务机构的收费报价每单在几千元至上万元不等（6月10日中新网）。

多年来，在考生及家长中流传着“考得好不如报得好”的说法。考生及其家人要在上千所大学、数千个专业中，根据考生成绩、志向、能力以及高校招生情况、师资力量、学费标准、就业形势等，填报适合的

志愿，确实不是件容易事。有需求就有市场，商业化高考志愿填报服务机构就有了生存土壤。

然而，家长花几千元上万元购买这项服务，值吗？未必。相关服务机构所依赖的大数据只能呈现过去，不能预测未来。当他们依据大数据帮考生做选择时，就会给考生带来风险。比如，服务机构从其整理储存的数据中推测出某专业的录取分数低，从而引导考生报考该专业，如此一来，可能会出现很多考生报考同一专业，反而把录取分数抬高。

所以，不能让商业化高考志愿填报服务野蛮生长。从考生和家长角度说，这种收费服务是利用现成信息赚钱，不公平。那些大数据本

来属于公开信息，只是部分考生和家长不清楚，或对信息的搜索、整合、分析能力不强，让服务机构有机可乘。从高校招生角度说，这种商业服务准入门槛低，不少机构不是帮忙是添乱。从业者没有统一的资格认证要求，使得鱼龙混杂，假专家遍地。这类机构不断贩卖“志愿填报焦虑”，宣扬“三分靠考，七分靠报”“不浪费1分，不浪费未来”等，其实是在夸大自身作用。据报道，有的志愿填报服务机构，还和招生困难的民办大学进行利益合谋，通过志愿填报，为这些学校输送生源谋取利益。

所以，相关部门不能无视商业化志愿填报服务无序发展。一方面，鼓励社会各界举报服务不规

范、靠假专家忽悠、服务价格虚高的机构，并坚决予以清理。另一方面，各地教育考试院不应满足于公开招生计划、录取结果等数据，以及向考生印发高校的报考资料，还应更多地开展公益性高考志愿填报服务。

比如，在开展公益性高考志愿填报服务时，不应一味搞网上咨询，还需实现精准化、常态化——在学校、教育部门设置线下咨询窗口，实现一对一服务。再比如，应要求学校不只是开开大会，讲讲平志愿、录取批次、调档比例等表面知识，而应组织深入、细致、常态的志愿填报咨询。只有公益服务唱主角，相应的商业服务才会慢慢失去市场。



宁波银行专栏

珍爱个人征信 拥抱美好人生

近日，家住宁波市鄞州区福明街道的王先生因买房需要提供征信报告，于是在银行网点的自助征信查询机打印了报告，却发现征信报告上有6期信用卡逾期记录，导致无法在银行办理按揭业务，他这才追悔莫及，后悔没有好好珍惜信用记录。

2021年6月14日至6月21日，宁波银行在人民银行宁波市中心支行指导下，大力开展“6·14信用记录关爱日”暨“传承红色基因 践行征信为民”专题宣传活动，市民可以了解到相关征信法律知识。

征信报告是由中国人民银行征信中心出具的记载个人或企业信用

信息的记录。它记录的信息能有效反映企业 and 个人的历史信用状况，帮助金融机构评估客户的信用风险水平，降低授信市场参与各方的信息不对称，帮助企业和个人更方便地从金融机构融资。征信在经济和金融活动中具有重要的地位，构成了现代金融体系运行的基石，是金融稳定的基础，对建设良好的社会信用环境具有深远意义。

征信报告的信息来自放贷机构、公用事业单位、法院和政府部门等，包括信息主体五类信息的详细记录：1.基本信息，包含身份信息、居住信息、职业信息等；2.信贷信息，指借贷还款信息，是信用报告中

最核心的信息；3.非金融负债信息，如先消费后付款形成的信息，如电信缴费；4.公共信息，社保公积金信息、法院信息、欠税信息、行政执法信息等；5.查询信息，过去2年内信用报告的被查询记录。作为“经济身份证”，贷款、信用卡审批、任职资格审查、员工录用等方面均需参考征信报告。一份记录良好的征信报告有利于快速获得贷款、信用卡，甚至享受低利率；反之，则不利于获得贷款、信用卡，利率可能较高。

征信报告中的信息，是由各类机构对原始数据收集加工后，报送至征信系统。以信贷数据为例，数据从放贷机构的柜台到征信系统，

过程长、环节多，期间可能出错。根据《征信业管理条例》，如果个人认为信用报告中的记录有错误、遗漏，可以向金融机构或征信中心（分中心）提出异议申请。金融机构受理异议申请后，将对异议信息进行内部核查，如与实际不符的，更正信用信息记录；与实际相符的，保持信用记录不变。异议处理完毕后，金融机构将在20天内回复处理结果。

最后，宁波银行温馨提醒：关爱信用记录，呵护信用靠自己。良好信用请牢记：各项开支规划，量入为出最重要。还款日期切牢记，按时足额把款还。预先消费不小觑，及时付款勿欠费。对外担保需谨慎，连带责任也是债。个人信息重保护，不可外泄不可借。



农行宁波市分行提升普惠金融服务能力

近年来，农行宁波市分行牢牢把握宁波首批创建全国普惠金融改革试验区的契机，打通小微企业融资供需“梗阻”，解决普惠金融服务“最后一公里”，使普惠金融润泽中小企业。截至5月底，银保监“两增两控”口径普惠型小微贷款余额197.75亿元，较年初增加29.41亿元，已连续10年获评宁波市金融机构小微企业贷款考评一等奖。

农行宁波市分行持续健全完善敢贷、愿贷、能贷机制要求。推动

“敢贷”，落实尽职免责和容错纠错制度，从机制体制上解决内生动力，激发员工营销热情。促进“愿贷”，在信贷规模、贷款利率、考核机制等方面加大资源倾斜力度，为普惠金融业务提供发展动力。实现“能贷”，持续运用大数据为客户进行立体画像，将“信用数据”转化成“融资本金”，提高客户识别和信贷投放能力，有效缓解包括首贷户在内的各类小微企业面临的“抵押难、授信难、风控难”困扰。截至5月

底，普惠贷款户数11427户，近两年累计拓展“首贷户”超3000户。

同时，农行宁波市分行针对小微企业信贷需求“短、小、频、急”的特点，从“简”“便”入手，积极推动新技术、新理念、新模式与业务的深度融合，不断丰富小微特色产品服务体系，先后推出“资产e贷”“纳税e贷”“抵押e贷”“续捷e贷”等一系列特色金融产品和服务，扩大普惠金融触达面；积极向小微企业提供全生命周

期、综合化金融服务，最大限度满足小微企业金融需求，实现“无贷户”“首贷户”“伙伴客户”递进式金融服务；创新推出适应市场需求的区域特色产品，提高小微企业金融产品的多样性与适用性，推出“小微增信贷”特色产品；与宁波市融资担保有限公司合作实现“见贷即保”，进一步简化了业务办理流程，实现客户线上用款，随借随还。自4月推出以来，该行已发放“小微增信贷”4577万元。（舒馨莹）

兴业银行宁波分行走进奉化老年大学开展宣教活动

端午节临近，为弘扬中华民族传统文化，丰富宁波市老年大学师生的文化生活，提升老年群体的金融风险防范意识，兴业银行宁波分行在奉化老年大学开展“包粽子迎端午 金融知识伴我行”主题宣传活动。

本次活动内容包括金融知识讲座、有奖问答及包粽子做香囊等环节。现场布置了金融知识宣传角，张贴横幅及宣传海报，摆放宣传折页，还摆放糯米、馅料、粽叶、盆、保鲜膜、艾叶、菖蒲等材料，

充满了节日氛围。

工作人员围绕如何防范打击电信网络诈骗及非法集资进行宣教，传授防范非法集资小口诀，分析常见的诈骗“四部曲”，还指导老年朋友们下载金玉满堂APP，引导他们通过多种途径，学习金融知识，防范金融风险。宣讲结束后，在工作人员的指导下，老年朋友们有序分工包粽子、做香囊，谈笑间一个饱满有型的粽子和艾草流苏香囊就呈现在眼前了。（裘家琦 何明周 袁晶晶）

中行宁波市分行开展整治拒收现金集中宣传活动

拒收现金现象严重损害了广大消费者尤其是不习惯使用非现金支付工具的群体利益，为坚定维护人民币的法定货币地位，切实践行“为民、便民、利民”的金融为民理念，近日，中国银行宁波市分行联合辖内各分支行在鄞州东湖社区开展了整治拒收人民币现金集中宣传活动。

活动期间，该行工作人员向市民发起不拒收人民币现金倡

议，普及人民币法律法规知识，讲解人民币鉴别方法，现场办理小面额、残损人民币兑换等便民服务，同时工作人员还走访了社区周边商户，了解现金服务需求及对银行现金服务的满意度。

通过本次宣传，让更多的群众了解相关法规政策，同时了解维护自身合法权利的途径和渠道，取得了较好的宣传效果。（王 颖）

工行受邀参加第二届中国—中东欧国家博览会

6月8日至11日，第二届中国—中东欧国家博览会在宁波举行，中国工商银行作为商务部邀请的代表，组建了以工行宁波市分行党委书记杨海涛为团长，世福资本管理有限公司（中东欧基金）负责人、国际业务部、公司金融业务部、普惠金融业务部、办公室等成员为代表的工行代表团参加活动。

本届中东欧博览会以“构建新格局、共享新机遇”为主题，共设立中东欧展、国际消费品展和进口商品常年展三大展区，展览总面积达20万平方米。

目前，中国工商银行在49个国家和地区设立了426家境外机构，在欧洲服务网络已覆盖16个国家。国家领导人多次见证中国工商银行在中东欧国家分支机构的揭牌，工行也重视与中东欧国家金融机构的合作，在中东欧国家的代理行总数已有90余家。为发挥金融引领作用，工行还联合中东欧国家及全球合作伙伴牵头成立中国—中东欧基金，以商业化的创新金融模式，支持双方金融互联互通、产能合作和产业投资。（沈颖俊 叶苗）

邮储银行宁波分行多措并举开展整治拒收人民币现金工作

为贯彻落实人民银行关于整治拒收人民币现金工作的要求，维护人民币流通秩序，创建良好的人民币流通环境，保护消费者的现金权益，邮储银行宁波分行近日积极开展整治拒收人民币现金活动，着力打造现金使用和谐环境。

邮储银行宁波分行通过多渠道多措施，加强宣传引导，利用该行点多面广的网点优势，向在网点办理业务的用户发放宣传资料进行广泛宣传。同时，向在该行开户的单位机构进行宣传，促使此类单位维护消费者自主选择支付方式的权利。（王 颖）

中海环宇城打造三江口畔“地标性”商业体

2021年，宁波中海环宇城“领潮而来”，一线临江的亲水格局，中海环宇商业的强大品牌渠道……这份引领区域商业焕新的力量，已然呼之欲出。

地上3层（局部4层），地下1层，在总计建筑面积约13万平方米的商业空间里，宁波中海环宇城将“滨水复合空间”场景感、“新中产家庭亲子消费”幸福感、“新青年生活模式”的新奇感三大主题缓缓呈现。

宁波中海环宇城坐拥一线奉化江湾俊秀江景，时尚的商业空

间沿江岸线铺开，在建筑设计上，采用“层层退台”的理念，让临江商业与滨江绿地、奉化江相互融合，营造复合型的城市空间“场景感”。

此外，环宇城还致力于打造新中产家庭一站式“遛娃”需求的幸福感，汇集亲子休闲娱乐、教育培训、亲子游泳、亲子体验等业态。

宁波中海环宇城目前已进入最后倒计时，预计将于今年金秋开业。（王 颖）