

金峨村给农村共同富裕带来的启迪

陈鸣达

实现全社会的共同富裕，重点在农村，难点在农村。正如习近平总书记所指出：“促进共同富裕，最艰巨最繁重的任务仍然是在农村。”

地处奉化区西坞街道的金峨村，经过30年的艰苦奋斗，将山穷地薄的穷山村建设成为全国文明村和乡村振兴、共同富裕样板村。3月中旬，市委在奉化召开以聚焦共同富裕、推进乡村振兴为重点的全市农村和粮食安全工作会议，与会代表赴金峨村实地参观学习。金峨村的发展变化得到市委领导和代表们的充分肯定，从中看到了乡村振兴、农村共同富裕的前景。

20年前，笔者作为市团本强基工作组组长，曾在金峨村蹲点工作40天。那时的金峨村虽是闻名的花卉专业村，村民们也过上了小康生活，但村容村貌依旧，绝大多数村民仍住在老旧房子里。我与工作组的同志爬村后的金峨山，山路狭窄，杂草丛生，随行的村支部书记周康健手拿柴刀，在前面为我们开路。海拔600米的山，走走停停，足足花了近三个小时。在山顶，大家席地而坐，拿出自带的干粮当午餐。最近重访金峨村，驱车

一会儿就到了山顶。原来，村里早已建成了标准的爬山道和通往山顶的公路。山顶设有停车场、咖啡馆、烧烤场、帐篷露营地等。下山路上，见一年轻女子将轿车停下，在清理一处垃圾，以为是志愿者，一问是村道清洁工。开着轿车搞保洁令人惊奇，从一个侧面反映出村民的富裕程度。

如今的金峨村，山清水秀、鸟语花香，小桥流水、道路绕村，山上“绿色银行”，山下楼房成行，山寺村同名，党政民同心，一派美丽富裕乡村景色。回顾总结金峨村的实践，将给农村共同富裕带来有益的启迪。

党建引领，选好致富带头人。金峨村有今天，村民们齐声说：“多亏有周书记。”周康健从1993年开始担任村主任、村支部书记，历时近30年。他一心扑在为村谋发展、为民谋利益上。一回回迎客送客，他自掏腰包，没有向村里报销过一分钱；一次次外出开会、联系工作，他开的是自家车；他连续5年向市人大提建议建设白杜至姜山公路，最终得以实现，从此金峨等地到宁波的距离和时间缩短了三分之一。他儿子曾劝他不要当村干部，一心办自己的企业。他向儿子承诺，一定要把村子搞好，

让金峨村成为城里人向往的地方。周康健不仅实现了自己的愿望，还把已定居国外的儿子吸引回家乡创业。

带头先富，帮带后富。金峨村的共同富裕不是同步富、同等富，而是有先富后富，有差别富。改革开放的好政策，让村里一部分有才能的人首先富了起来，有的办起了企业，有的成了花卉种植、销售专业户。周康健就属于先富起来的人之一。金峨村的成功在于，先富者不自私封闭、自我陶醉、自图享受。在村党组织的引导下，让先富者帮带后富者。比如，花卉种植大户向村民传授技术，花卉销售专业户帮助村民推销花卉，村里建立花木公司等。如此这般，形成规模效应，带动大家致富。

久久为功，不断拓展致富路。罗马不是一天建成，共同富裕不可能短时间实现，而且共同富裕永无止境。几十年来，金峨村量力而行，尽力而为，扎扎实实，一步一个脚印走到今天。他们善于审时度势，抓住机遇，用好政策，开拓思路，创新变革。如抓住旧村改造和土地整理的机遇和政策，实现了新村建设。随着旅游业的发展，在坚持花卉传统产业的同时，办起了民宿和旅游。金峨山的杜鹃树原是村

民砍伐的柴火，如今满山遍野的映山红成为吸引游人的好景致。每年的“映山红节”，游人如织，画面上上了中央电视台，山上的野山笋成了畅销的金峨特产。不久前，村里还引入了数字化治理。

不局限于一村富，引领周边村共同富裕。在农村找一个共同富裕的“盆景”很容易，但要形成“风景”很困难。而在金峨村，共同富裕的溢出效应正在日益显现。金峨村人不满足和局限于本村的富裕，而是想着周边的村庄和村民，帮助他们共同富裕。他们主动把相邻的分水岗村并入金峨，享受金峨村村民的同等待遇。牵头建立了由金峨、税务场、蒋家池头、余家坝、雷山五村组成的党建联合体，互帮互学，团结协作，相互竞争，构成了乡村振兴的风景线。与金峨村一路相隔的税务场村，是中国奥运之父王正廷的出生地，该村支部书记戴召平主动拿出自己的积蓄数百万元，借给村里用于新村建设，如今村容村貌已不亚于金峨。他说：“金峨是榜样，康健是师傅。”一句话，道出了金峨村的影响力。地处金峨村南边的蒋家池头村，在金峨村的帮助带动下，也成了远近闻名的文明富裕村。

易其洋

明州论坛

中国新闻名专栏

新冠肺炎康复患者、方舱医院的医护人员和志愿者，结束隔离，虽有政策规定“不得以任何理由阻挠其返回居住地”，但许多人还是“有家难回”。原因就在于，基层在执行政策时“层层加码”，让上头的政策成了空口白话。

对上海近日的这一“怪现象”，5月26日《解放日报》的“解放论坛”专栏，发表评论员朱珉珉的文章《怎样杜绝“层层加码”》指出，许多时候，基层出现“层层加码”，未必是出于自愿，也深受“层层加码”之害之苦，但面临执行政策，自觉不自觉地加上几码，并称之为“无非是目标管理过程中的一种取舍”。

这种“目标管理过程中的取舍”就是，在执行政策时，如果风险无法被有效分担，而成本又不需要自己承担，那么，用“简单粗暴”的高成本来解决，就能成为一种“理性选择”。另外，许多工作讲究专业规范，而承接任务的最基层，常常被赋予了超过自身专业能力的任务，又得不到及时的支援和指导，就在执行政策的过程中，奉行“宁可做过头”这一法则，就成了既无奈又“理性”的选择。

“层层加码”耽误和浪费的，往往是别人的、社会的、国家的发展机会和成本。在经济学上，浪费别人的钱来办自己得利的事，是“最划算”的。疫情期间，明明有政策支持，不光是“解禁”人员无法回家，就是隔离管控、核酸检测、交通物流、复工复产等，也一样会遭遇“层层加码”这一梗阻。这其中，最考验也最欠缺的，是政策执行者的担当精神——科学依法严谨地执行政策。

不光是疫情防控期间，多年来，从中央到地方，从官方到民间，大家都在明令禁止、口诛笔伐“层层加码”，实际情况是，“层层加码”不但没有绝迹或者减轻，反而大有“更上一层楼”之势。而且，日益走入了一个“怪圈”：就连对“层层加码”深恶痛绝者，也在一本正经地“层层加码”。

本来是照章办事、有板有眼，如果不慎出现问题，不是被承认、被“容错”，而是被追责、遭惩戒；相反，明明是歪曲政策、“层层加码”，造成极大浪费，引发不少民怨，却因为平安无事，而被赞许甚至表扬、提升。那么，政策执行者一旦有了这样的预判和认知，自然就会选择“层层加码”，“层层加码”便成了说起来臭、吃起来香的“臭豆腐”。

“宁可做过头，不可出点事”的“层层加码”，跟官场存在的“只要不出事，宁可不做事”的“庸俗哲学”，表现形式不同，本质是一样的。那就是，一事当前，先保自身，为了保住自己的“乌纱帽”，哪管他人苦不堪言，哪管什么大局全局。这么多年来，批评“层层加码”的讲话、文章我看过太多，但还没有看到过，有哪个地方的哪名官员，因为在执行政策时“层层加码”而受到惩戒的。也许，大家心知肚明地认同一条“潜规则”：做过头是态度问题，出了事是能力问题。不做事、做过头，只要不出事，就是态度好、有本事，至少是没有功劳也有苦劳；做事情、讲规矩，不出事自然好，一旦出点事，不但无功，反而有罪，有“容错机制”也白搭。

杜绝“层层加码”，就像朱珉珉所说的，要给予基层清晰明确的信号，让基层不仅知道为什么“应该做”，更知道“怎么做”，还应有督查、整改乃至问责的手段。我以为，只见“层层加码”，少有“层层问责”，正是“层层加码”广泛存在并不断蔓延的重要原因。大家习惯了“便宜从事”“层层加码”，简单易行，屡试不爽，忠实执行政策、法律者反而被讥为“傻瓜”“呆板”“机械”。如此一来，“榜样”在前，看样学样，你加一层，我加两层，他加三层，形式主义、官僚主义、文牍主义、本本主义等一座座“大厦”，便眼见得越盖越高、越盖越牢固了。

「层层加码」的大厦缘何越盖越高

“卖”给未成年人一瓶12元啤酒何以被罚万元

赵畅

在4月的一次检查中，海曙区市场监管部门发现一家酒店客房冰箱内有三种酒水供消费者选择，但未采取措施阻止未成年人消费者购买酒品，也未在显著位置设置不向未成年人售酒标志，导致一未成年人入住期间消费了客房冰箱内一瓶12元的啤酒。为此，这家酒店被市场监管部门处罚款1万元（5月30日新浪财经）。

为了一瓶12元的啤酒及其

区区利润，该酒店最后付出了被依法警告、没收违法所得、罚款1万元的代价，教训不可谓不沉重。该案例至少有三方面的警示作用。

一是商家要克服麻痹思想和应付心理，不要以为向未成年人销售烟酒是生活小节，即便违反《未成年人保护法》，处理起来也会相对“软”一些。殊不知，作为一种法律，《未成年人保护法》有着同其他法律一样的刚性和约束力，必须严格遵守、认真落实，丝毫马虎不得。

二是监管要摒弃“抓大放小”的做法，切莫以为只要抓住“重点”、把住“进口”、守住“明处”就可以了，因此忽视小节，抑或留有“盲区”“薄弱点”，必须重视全过程、全方位落小落细落实。

三是执法要严格，落实《未成年人保护法》，必须坚持有牙执法，自觉做到严抓严管、常抓常管、长抓长管，决不放过任何一个环节，也决不放任任何一种变通行为，要发现一起、查处一起、曝光一起。

制定出台《未成年人保护

法》，就是为了保护未成年人的身心健康，保障未成年人的合法权益，促进未成年人在品德、智力、体质等方面全面发展，培养有理想、有道德、有文化、守纪律的社会主义建设者和接班人。换言之，它是保障青少年健康成长的利器，是对未成年人社会性保护的最后一道防线，必须起到“兜底”作用。为此，各地各部门和单位必须围绕《未成年人保护法》，坚持认真学习、自觉守法、严格执法，并加强相互配合，相向而行，使《未成年人保护法》真正强起来、硬起来、实起来。

遏制“问题童书” 社会监督不可或缺

徐根凯

日前，江西省消费者权益保护委员会发布《江西省儿童读物消费调查报告》显示，有的儿童读物存在不良行为诱导、粗俗用语、暴力、篡改经典等问题，引发舆论关注。

老话说得好，“少年强则国强”。但儿童读物印刷粗糙、满是错别字，甚至呈现不利于儿童成长的内容，不仅不能使儿童享受精神愉悦，反而会诱导其误入歧途，这显然是“有毒”的，必须坚决予以打击。

儿童读物作为少年儿童精神食粮的重要性，无须赘言。遗憾的是，上述调查报告显示，在归纳和整合的148个问题中，暴力倾向、不良行为甚至危险行为诱导等问题，居然有130个。令人担忧的是，这些问题不局限于江西一地，国内其他一些地方也或多或少存在，应引起高度重视。

近些年来，随着经济社会飞速发展、互联网应用加快普及，人们阅读的需求不断增长、方式

逐渐多元，图书市场日益扩大，童书市场也不例外。但不难发现，一些出版商过度追求低成本和经济效益，恶性竞争，出版的童书重数量轻质量，重模仿轻创新，内容简单粗糙，可读性、趣味性与教育性不尽如人意。一些儿童读物不但脱离了现实，更忽视了寓教于乐的要求，少数出版人甚至放弃文化理想和社会责任，只重眼前蝇头小利，可谓本末倒置。

净化少儿读物，给儿童成长创造一个良好的阅读环境，是全社会的共同责任。把关键责任，让儿童阅读回归本源，社会监督不可或缺。政府或应建立儿童分级阅读机制，规范童书内容生产，为不同年龄段孩子提供更多具有科学性、针对性的图书；相关部门应完善出版监管机制，通过曝光、举报、投诉等方式，发现一起查处一起，让“问题童书”无处藏匿；书籍出版、发行等单位应有责任担当，严格把好审核关、质量关，传递向上向善正能量，为儿童健康阅读营造良好社会氛围。



百看不厌

陈英远 绘

对涉罪未成年人进行心理干预很有必要

陌上青

日前，宁波市检察院与市康宁医院签署了《关于建立涉案未成年人心理评估与干预项目的合作协议》，主要包含三个方面，即对涉案未成年人及未成年被害人的监护人等有关人员进行精神状态诊断和评估；在涉案未成年人刑事案件中视情引入药物治疗、心理干预机制，开展心理疏导和矫治等工作；根据案件办理需要，开展心理咨询和培训指导等，以实现更精准帮教涉罪未成年人和保护未成年被害人（5月30日《宁波日报》）。

从司法实践看，对未成年被害人的心理干预做得比较好，但对涉罪未成年人的心理干预有所欠缺，即使干预，也因为相关人士缺乏专业知识，效果不明显。

此次市检察院与市康宁医院签署合作协议，将对涉罪未成年人进行心理干预列为未检工作的重要事项，并且为了提高干预的有效性，引入专业医疗团队，体现了全力打造全方位的未成年人保护体系的良好用心。

我国现行法律中虽然有关于涉罪未成年人心理辅导与矫治的规定，但较为原则，操作性不强。从媒体曝光的一些案例来看，如果涉罪未成年人的心理疾患得不到干预与矫治，可能会引发更加严重的恶性犯罪。在一项涉及128名涉罪未成年人的心理调查中，针对“类似情形是否会重新犯罪”，除了“肯定会”的回答之外，有23.23%的被调查者选择“肯定会”，7.7%的被调查者选择“可能会，视情况而定”。对未来生活的态度，除了

“乐观”外，选择“悲观”“有顾虑”的，分别达到19%、35%。

这意味着，如果不及时对涉罪未成年人进行心理干预和矫治，他们中有相当部分人还会进行第二次犯罪，“二进宫”“三进宫”的可能性很大。所以说，对涉罪未成年人进行心理干预和矫治不但需要，而且必须。

加大宣传力度，转变社会公众轻视对涉罪未成年人进行心理干预和矫治的观念。涉罪未成年人未来的路还很长，对他们实施刑事处罚，并非要将他们一棍子打死，而是为了让他们尽快能够顺利回归社会。因此，对他们采取有针对性的措施进行心理干预，矫治其违法犯罪心理，提高其适应社会的能力，很有必要。

建立一支专业的心理干预队伍。对涉罪未成年人进行心理辅导与矫

治，应当由具有专门知识的人员进行，他们应熟悉犯罪心理学、法学、社会学、人类学等相关学科知识。这支队伍应由有经验的检察官、心理咨询师、医护人员和专职社工等组成，专业的事就让专业的人来做，这样，能确保干预和矫治效果。

深入拓展和改善心理辅导与矫治的方式。对涉罪未成年人进行心理辅导与矫治，目的就是打消他们仇视社会的心理，帮助他们建立亲社会的思维和行为方式，树立积极乐观的生活态度，因此需要制定符合其心理特征的心理辅导与矫治方案，一人一案，对于有心理问题的，应当采取有针对性的措施进行心理干预；对于有严重心理疾病的，可以考虑进行药物干预；对于那些特殊群体，如有留守、吸毒、父母服刑等经历的未成年人，则要引入家长、监护人共同参与矫治。

时刻绷紧安全生产这根弦

刘夏村

今年6月是第21个全国“安全生产月”。各地各有方面要进一步树牢“人民至上、生命至上”理念，把防范化解重大安全风险做得更加扎实有效，努力以高水平安全护航高质量发展。

当前，安全生产仍处于爬坡过坎阶段，各类事故隐患和安全风险交织叠加。今年以来，受疫情和复杂外部环境冲击等因素影响，交通、建筑、煤矿等方面安全事故多发，造成重大人员伤亡和财产损失，安全生产形势依然严峻复杂。有的地方在规划布局、承接产业转移工程建设等方面安全把关不严，有的企业不顾安全盲目增产扩容甚至违法乱干，对此要坚决予以纠正。

人命关天，发展决不能以牺牲人的生命为代价。目前，全国正在深入开展安全大检查，国务院安委

会组织16个综合检查组进行综合督查，并同步开展国务院2021年度省级政府安全生产和消防工作考核巡查及国务院安委会成员单位安全生产工作考核。各地各有方面务必要高度重视、抓紧推进，既要发现问题，又要帮助解决问题，坚决避免隐患排查走过场、问题整改流于形式，确保安全生产大检查取得实效。

安全和发展是一体之两翼、驱动之双轮。在当前形势下，各地各有关部门要统筹好发展和安全，努力在稳定宏观经济大盘和稳控安全生产形势上取得双胜利，切忌单打一、一刀切。

各地各有方面要以“时时放心不下”的责任感，绷紧安全生产之弦，筑牢安全发展底线，推动高质量发展和高水平安全动态平衡，以安全生产工作实际成效服务稳经济、防疫情大局，全力保障经济社会运行平稳有序。

茅台冰淇淋开售：守得住经典，才当得了网红

丁慎毅

近日，全球第二家、贵阳首家茅台冰淇淋旗舰店开业，开业首日7小时卖出4500多个预包装冰淇淋；而“i茅台”App线上开售不到一小时即售罄，售出超4万个预包装冰淇淋。

由于冰淇淋里添加了一定比例的贵州茅台酒，门店有张贴告示提示未成年、孕妇、酒精过敏者请勿食用，驾车人士谨慎食用。产品合规，手续齐全，“友情提醒”到位，茅台跨界卖冰淇淋，谋求新发展路径，这样的做法值得鼓励，也给一些传统品牌以启示。

不少传统品牌，单品知名度高，但品类单一也是不容回避的事实。主动向年轻消费群体突破，从中培养、挖掘潜在客群，开拓新赛道、进入新的成长区，是缓解生存压力、赢得市场竞争的好做法。

但传统品牌的跨界产品，也容易出现“昙花一现”。像马应龙、

周黑鸭推出口红产品，网友则并不买账，吐槽多多。创新是一个不断延续的过程，要把握好当下和长远的关系。创新并不是在短时间里消费长期积累起来的声誉和名望，而是要通过理念和技术的创新，让传统品牌的美善更上一层楼，增加消费者对传统品牌的信赖度。

传统品牌跨界转型，也应把握好破和立的关系。不能为了追逐利润而创新、为了哗众取宠而创新，而是要紧紧把握住消费者的需求，跟得上消费者消费观念变化的节奏，所谓“守得住经典，当得了网红”。像大白兔奶糖，作为上海的传统品牌，在很多人的童年里留下了一份甜蜜，跨界推出的大白兔奶茶，延续了其文化内涵，赢得口碑。

做大靠资本，做强靠品牌，做久靠文化。在讲究“人、货、场”的新消费时代，不同产品适合不同客群和消费场景，传统品牌在向新消费市场延伸触角的同时，还应确保文化内涵的同步到位。