

扬善惩恶，社会才能安宁发展

兼评《大善文明——宁波慈善故事》



张 引

大凡老宁波人，都知道宁波既是一座商业城市，又是一个爱心城市，平日媒体上，经常会有一些乐善好施、助人为乐故事的报道。但是，看了朋友送的《大善文明——宁波慈善故事》，还是有点吃惊：宁波的慈善人物，竟然这么多；宁波的慈善历史，竟然这么悠久；宁波的慈善故事，竟然这么感人！

于去年12月出版的《大善文明》，16开35万字，向读者介绍的慈善故事，就有110个，其中群体性故事20多个，个体性故事90个左右。故事的主人翁，有企业家、公务员、教师、军人、农民、工人，总人数有几十万人。另据为本书作序的中华慈善总会会长官先生讲，宁波的慈善文化，最早可追溯到春秋战国时期，此后绵延不绝，形成了

义利并重、善风激荡的社会风尚。就本书所收入的慈善人士，年代最早的在公元20世纪，距今也有近200年历史。

细读这些故事，经常会被感动得不能自己。不说邵逸夫、王宽、包玉刚、叶澄衷、李惠利、曹光彪、李达三这些我们已经耳熟能详的慈善家，也不说我曾经参与过报道和评论的李如成、储吉旺、林萍、黄斌、顺其自然这些还在继续着他们慈善事业的当代楷模，就是那些我们以前闻所未闻的“陌生人”，读了也使人顿生敬佩之情。

比如，有一位驻军宁波的连长，参加过淮海战役、渡江战役、抗美援朝，可是他的工资一分不留地捐给了烈士的亲属和有困难的战士——因为在一次战斗中，他的连队与十倍于他们的敌人恶战，胜利时只剩下他和一位战士还活着。于是他认定，他的生命属于全连战士，他的工资也是全连战士的。于是，从他被授予大尉军衔起，就没向家里寄过一分钱，全家7口人靠

在医院工作的妻子一人负担，家里再困难，妻子和孩子们也从不向他要一分钱。这样的军人和他的家庭，在他们的名字前面冠以“伟大”两字，也毫不为过。

人之初，性本善。慈善文明，是人类共同倡导的价值观；扬善惩恶，是所有社会治理的基本准则。要说普世价值，这才是人类社会应有的。如果善行不能得到张扬，恶行不能得以遏制，不仅这个社会不可能有安宁之日，所谓的发展，也无从谈起。如果从这样一个角度来看《大善文明》，其意义就非同一般。

《大善文明》的出版发行，为我们引导社会向善创造了条件，但要充分发挥它的作用，还有很多事情要做。

首先得让书中的那些故事，在社会上广为传播，让那些动人的故事，感染更多的人，触动更多的人，鞭策更多的人，使善良之心不断得以褒扬，罪恶之念及时得到鞭策，从而让整个社会正气上升、歪风消退。

传播的另一个重要途径，就是以书中生动的故事为素材，进行文艺创作。真实的故事，经过作家、艺术家的再加工，肯定会创作出一批更能打动人心的文学艺术作品，也因此能将慈善理念传播得更为久远。在4月12日举行的《大善文明》首发式上，有不少市级及各区（县、市）文联的领导同志出席，可能寄托着这样一种企望。

有些人一听到号召捐助，就敏感认为是“劫富济贫”。这是天大的误解。其实，慈善事业，实质上就是社会再分配的一种实现形式。国家的目标已经确定，就是建设中国式现代化。中国式现代化的特点之一，就是全体人民共同富裕。实现共同富裕，缺了慈善公益这一项，就像一个人断了一条胳膊。所以，在舆论引领的同时，还应在创造和完善相关制度上用气力，使宁波的慈善事业也能和其他事业一样，努力走在全国的前列，进而在建设中国式现代化、实现共同富裕的光辉征途上，迸发出更大能量。

淄博酒店“坐地降价” 价格管制的新思路

丁慎毅

江苏苏州的周先生五一假期打算带家人去淄博玩，预订了一晚1341元的酒店，4月25日，他被电话通知，到了只用付735元，称政府限价。周先生称，五一黄金旺季，有的地方是让你退房涨价，这次淄博差不多给打了折，闻所未闻。此事引发热议，网友都说这是“坐地降价”（4月26日九派新闻）。

事实确实如此。另一网友发文称，他之前在淄博订的1000元以上一晚的希尔顿酒店房间，也被通知改为571元一晚。工作人员称，这是因为当地政府为防止酒店房价过分上调，进行了价格控制和优化，办法一直持续到5月底。

对此，网友纷纷表示想去淄博，“好了，这下不去都可惜了”“淄博政府这才叫大力发展旅游事业。做实事分蛋糕，不仅给本地商家分，更给外地游客分”“闻所未闻，这次淄博必须去了”。

当然，也有人认为，酒店涨价一定程度上预示着旅游市场回暖。在非民生保障领域，只要经营者合法合规，监管不宜越俎代庖，“天价”酒店应靠市场来调节，淄博这样做有干涉企业经营自主权的嫌疑。事实上，这是一种误解。

《价格违法行为行政处罚实施办法》第2条规定，经营者违反价格法规定哄抬价格，有四种情形之一的，政府价格主管部门可依法对其予以行政处罚，其中包括“生产成本或进货成本没有发生明显变化，以牟取暴利为目的，大幅度提高价格的”。

基于对当地酒店的调研，4月22日，淄博政府发布通知，

对宾馆酒店客房价格实行涨价幅度控制措施，自2023年4月23日起，按3月1日-3月31日宾馆酒店各类型客房平均实际成交价格（包含线上、线下所有实际交易结算金额），上浮超过50%的，按哄抬价格行为予以查处。所以，所谓“坐地降价”，其实是淡季价格的上浮。是被处罚还是少赚一点，不难选择，这或许也是酒店主动告知消费者“降价”的原因。

两个月来，“淄博烧烤”的火爆出圈走红全国。4月25日，河南省南阳市专门召开研讨会，分析“烧烤出圈”现象背后的社会原因、思想逻辑和现实路径等。会议指出：“淄博烧烤”火爆出圈充分说明，一个城市的经济发展，不仅靠旅游景点或者旅游项目，也不是一事一地的泡沫点缀，更不是稍纵即逝的昙花一现，而是历史文脉、民风民俗、社情民意、政府治理能力等方面的综合反映。

也就是说，淄博政府在治理能效方面，面对局部的供需矛盾，并不是“头痛医头，脚痛医脚”，而是以类似中医辨证的方式，从整个城市大供给角度，来解决局部的需求矛盾，就像俗话说，“大河里有水小河里满”。正是基于这个逻辑，当地政府才实施限价。酒店在这一个月里可能难以挣大钱，但是，“坐地降价”本身就是酒店的活广告。

节假日，由于游客集中出行，会导致价格上涨的压力，这是客观存在的事实。价格管制如何做到企业利益与消费者利益兼顾，淄博酒店“坐地降价”的思路值得借鉴。旅游市场越是安全有序有活力，企业受益就越多。当酒店的翻台率持续提高，酒店又何必用“天价”宰客呢？

网格员“一本账”解决企业“烦心事”：人人都是营商环境

凌 波

在宁海西店镇镇小家电创业园，有个网格员叫徐银燕，走访企业、解决企业员工的“烦心事”，是她的一项主要工作。她手中有“网格一本账”，收集了企业的各种需求，随时为企业提供帮助。

好的营商环境就是生产力、竞争力。城市间的竞争，归根到底是营商环境的比拼。只有持续不断优化营商环境，才能构建高质量发展的强劲“引力场”，使企业引得进、稳得住、能发展。

优化营商环境，需要政府依法行政，政务服务便民、快捷、高效，公职人员依法办事，清正廉洁，保持“亲”“清”政商关系。

优化营商环境，更是一项综合性系统工程，需要政府、企业、社会各方面共同努力。这就决定了，

它不是少数部门、少数工作人员的事情。即便是普通市民，同样不是旁观者和局外人。每个市民应有这样的理念：人人都是营商环境、事事关系营商环境。

以笑脸对待游客，让客人如沐春风；见到垃圾纸屑随手捡起，保持家园干净整洁；对待身边的人多点理性包容，让社会充满温情……每个市民的一言一行，都是营商环境不可分割的部分，每个市民都能为优化营商环境助力。

当前，我市正在奋力打造营商环境最优市，每个市民应该有徐银燕那样的自觉，立足本职岗位，从自身做起，从小事做起，争当一流营商环境的践行者、推动者，以践行文明风尚的实际行动，助力营商环境优化，不断提升城市的吸引力、竞争力、影响力。



漫画角 拷贝 王怀申 绘

网约车平台抽成高达50%，“降比”正当时

刘效仁

过高抽成一直是困扰广大网约车和网络货运平台司机的问题之一。记者调查显示，多家网约车平台抽成在20%-30%之间，个别平台高达50%。近日，交通运输部办公厅发布《2023年推动交通运输新业态平台企业降低过高抽成工作方案》，方案提出，今年5月底前，各主要网约车平台公司基本完成降低过高抽成比例上限有关工作（4月26日《南方都市报》）。

得益于“互联网+”，网约车和网络货运近年来风生水起，既方便了广大市民即时出行，也因与实体出租车行业形成了竞争格局，有益于降低出行成本。可网约车平台抽

成过高，有的竟高达50%，就有点不够厚道。

不错，网约车平台具有公众出行信息的垄断资源优势，自然也为公众的安全出行提供了机制性保障。这些显然需要管理成本。问题在于，过高的抽成，让司机把一半的收入上缴公司，显然有损从业者的劳动权益。

抽成比例是事关网约车从业员权益保障最为现实直接的问题。分配机制的不合理，不仅影响从业人员的劳动报酬，还将变相导致从业者为维系收入而加长劳动时间，导致疲劳驾驶等安全隐患，反过来增加平台安全管理的成本。

合理的分配机制，可形成网络

平台、从业者及乘客多赢的格局。反之，会造成多输。为了遏制过高抽成的情况，2021年11月30日，交通运输部等八部门正式印发《关于加强交通运输新业态从业员权益保障工作的意见》，要求各地督促网约车平台向司机公开抽成，合理设定抽成比例上限，接受公众和社会各界监督。至去年，滴滴出行、首汽约车、如祺出行、美团打车等11个主要平台公司的抽成比例上限在18%-30%之间。但问题在于，仍有部分平台抽成比远高于30%。

这种状况显然需要行政部门加强监管，力促相关平台公司降低过高的抽成比例或者会员费上限，切实维护从业者的劳动收益权。好在新的《工作方案》已明确了整改时

间表，其中要求7月底前确保目标任务基本完成；9月底前，各省、城市交通运输主管部门总结评估本地工作经验和成效。

所以此番降低网约车抽成比，“小雨来得正是时候”，但笔者以为，要形成网约车、网络货运的良性健康发展机制，除了行政干预、“约谈”督促、设定上限，还需要市场调节这只手发挥作用。一则网络平台要强化管理，向大数据精细化管理要效益，以降低运营成本。二则建立抽成比沟通与协商制度。由于平台公司占有绝对优势，为确保处于弱势地位从业者的话语权，当引入从业员代表、工会组织、行业协会加入谈判席，以更加科学地设置抽成和算法。

打造更多“农”字牌精品

徐根凯

“2023年宁波市精品番茄推选活动”日前在鄞州姜山举行，来自全市52家农场的88个样品同台比拼，角逐“最美番茄”（4月19日《宁波晚报》）。

品牌形象着品质，代表着产业发展的成熟度，意味着声誉和美誉度。组织专家和市民代表品鉴评选地产优质番茄，不但能够促进行业内的交流，提升行业发展质量，也将助力推动特优农产品品牌成色更足、招牌更亮、声誉更高。

乡村产业是提升农业、繁荣农村、富裕农民的基础。近年来，我市以“产业兴旺”作为乡村振兴的重要支撑，坚持“高效生态农业”的发展定位，以建设绿色都市农业强市为目标，以“兴产富民”为导向，培育了一大批“响当当”的富有宁波地域特色的农产品品牌。比如，今年初，在杭州举办的浙江农业博览会上，我市就组织了75家农业生产经营主体参展，推出了1000余种宁波特色农产品。象

山“半岛味道”、余姚“四明臻货”、慈溪“慈农优选”、海曙“南塘河”等特色农产品区域公用品牌纷纷亮相展会。象山“红美人”、奉化芋头、鄞州雪梨、宁波汤圆、水磨年糕、梭子蟹等琳琅满目的宁波特产，更是将宁波好味道展现得淋漓尽致。

特色农产品之所以具有独特竞争优势，关键在于一个“特”字。这些年，随着人民生活水平不断提高，多样化、优质化的农产品需求潜力巨大，前景广阔。这对打造特优农产品品牌提出了更高要求，不仅要打造好“面子”，更要做好种养、加工、销售、服务等全链条“里子”。

乡村振兴是乡村振兴的关键，是满足农民对美好生活向往的重要前提。因此，各级党委政府必须更加重视农业产业的转型升级、提质增效，既要“从无到有”培育农业品牌，也要实现农业品牌“从有到优”的跨越，打造出更多具有区域影响力和市场竞争力的名特优农产品，以更好促进农业增效、农民增收。

公益广告

无偿献血

让我们一起加油！

护甬城平安！