

亮丽年报增强推动高质量发展信心

微观点:千磨万击还坚劲,任尔东西南北风。近年来,外界关于中国经济“失速”“崩盘”的悲观论调不绝于耳,但中国经济不为短期波动所扰,向结构调整要动力,向改革创新要助力,用稳中向好发展态势予以回击。

■新华社记者陈炜伟

6.9%的经济增速、1.6%的通胀水平、超过1300万人的城镇新增就业……1月18日披露的2017年中国经济亮丽年报,为党的十八大以来中国经济社会发展所取得的历史性成就增添了浓墨重彩的一笔,更增强我们推动中国经济高质量发展的信心。

刚刚过去的2017年,中国经济发展超出外界预期。全年进出口总额比上年增长14.2%,扭转了连续两年下降

的局面;工业领域供求关系改善,PPI扭转了自2012年以来连续5年的下降态势,全国工业产能利用率创5年新高;6.9%的GDP增速,是我国经济年度增速自2011年下行以来的首次回升,就业稳、物价稳、国际收支稳,形成经济“多稳”格局。特别是供给侧结构性改革持续深入,经济结构优化,发展的质量效益稳步提升。在复杂的国内外经济形势下,中国经济交出量增质优的成绩单,来之不易。

经过几十年的高速增长,

中国经济发展已经到了一个重要阶段,经济发展要从规模速度型向质量效益型转变,经济发展的关注点要从“有没有”转向“好不好”。党的十九大和中央经济工作会议都作出明确判断:我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。这是针对我国经济发展形势和阶段性特征作出的正确判断和科学决策,是当前和今后一个时期确定发展思路、制定经济政策、实施宏观调控的根本要求。

2018年是贯彻党的十九

大精神的开局之年,也将成为推动高质量发展的重要一年,必须研判形势、创造条件,推动经济提质增效。当前,中国经济发展面临的国内外形势依旧复杂严峻。在国际金融危机发生十年后,世界经济逐步走出阴霾,但发达国家内部结构性矛盾尚未得到根本性解决,国际贸易和投资保护主义有所抬头,威胁长期稳定发展的隐忧仍在。与此同时,我国部分行业产能过剩,民间投资动力不足,宏观杠杆率偏高,都是经济发展必须迈过

的关口。

千磨万击还坚劲,任尔东西南北风。近年来,外界关于中国经济“失速”“崩盘”的悲观论调不绝于耳,但中国经济不为短期波动所扰,向结构调整要动力,向改革创新要助力,用稳中向好发展态势予以回击。展望未来,抓住经济发展稳中向好的有利条件,坚持稳中求进,着力高质量发展,我们更有信心推动中国经济劈波斩浪、行稳致远,也为世界经济增长注入动力、贡献经验。

营造“礼让”的森林效应

微观点:管理学上有一个著名的“森林效应”,出行“礼让”也是如此,需要大家一起参与。斑马线前礼让的司机,当然值得我们致敬,越来越多自觉遵守法的行人,同样值得我们点赞!

■徐振宇

斑马线是行人通过马路的“安全线”,也是体现一个城市文明的“素质线”。各地不断上升的礼让率,说明全省上下同建共创“斑马线文明”交出了一份不俗成绩单,老百姓也切身感受到了车辆礼让行人的好风尚。为此,有人认为,“礼让”是汽车驾驶员必须履行的法律义务,执法部门要对其进行严肃处理。事实上,在斑马线前,行人也应遵守交通法规,不能抢道通行。对礼让斑马线的司机,行人要有感激之心,要尽量快速通过斑马线,给司机让行。

至于有些人只图个人方便,无视公共法则,放着好好的斑马线不走,随意“跨栏”或者横穿马路,或者自顾玩手机,无视机动车通行,则属于典型的损人不利己做法,执法部门要对其进行严肃处理。事实上,在斑马线前,行人也应遵守交通法规,不能抢道通行。对礼让斑马线的司机,行人要有感激之心,要尽量快速通过斑马线,给司机让行。

管理学上有一个著名的“森林效应”,说的是一棵树如果孤零零地生长于荒郊,即使成活也多半是枯矮畸形;如果生长于森林中,则枝枝争抢雨露,棵棵争取阳光,以致参天耸立郁郁葱葱。“礼让”也是如此,需要更多的人一起参与。斑马线前文明礼让的司机当然值得我们致敬,而越来越多的自觉守法,不断增强安全出行意识的行人,同样值得我们点赞!

不过,正所谓“一个巴掌拍不响”,“礼让”绝不是单方面的,城市的有序运行一定是“齐心协力”的结果,管理者必须尽可能科学合理设计规划方案,追求人、车通行效率的最大公约数。我们在对机动车斑马线礼让行人实施强制措施的同时,也要为车辆顺利通行创造有利条件。对市民而言,则应多一

为“谢绝基层单位宴请”点赞

微观点:俗话说,“吃了人家的嘴软”,把验收变成了“宴收”,既影响了自身形象,对实际工作也是有弊无利。

■徐曙光

近日,某市有个考核验收组下基层验收,主动谢绝基层单位的宴请,在被考核单位的食堂里和职工们一道吃快餐,并实事求是地对各单位进行了验收。他们的做法受到了基层单位的一致好评,大家都说,这样的考核验收才算名副其实。

由此联想到,每到年终岁末,上级部门就会组织人员对下属单位进行工作检查及考核,这几乎已经成为惯例。当然,通过检查各项工作,找出问题,总结经验,扬长避短,以利于下一年有的放矢地开展工作,确实十分必要。然而,如今不少地方年终检查考核之多,令人眼花缭乱,以检查考核为下去吃一顿的有之,走马观花随便转转的也有之。对此,老百姓编了句顺口溜:“检查考核一查,不访不问不探究,你好我好大家好。”

一些上级部门相关人员在基层考核验收,有的基层单位为过验收关,就挖空

心思想办法把考核组成员接待好,让他们吃好住好。而作为验收组的人员,由于接受了基层单位的宴请,验收收来就会敷衍了事,只是听听汇报、看看材料、抹抹嘴巴就完事了。而有的基层单位由于没有让验收者吃好玩好,他们就会鸡蛋里挑骨头,使你难过验收关。不少老百姓把这种走过场、不负责任的验收比作“宴收”,可谓一语中的,再形象不过了。

再说年底基层工作本身就很忙,还要腾出时间接待来自上级部门方方面面的检查考核,忙得焦头烂额,无形之中增加了基层的负担。

笔者认为,年终岁末上级部门下基层考核验收,目的就是及时发现基层单位存在的问题并督促其改进,从而更好地搞好下一步工作。俗话说,“吃了人家的嘴软”,如果接受了基层单位的宴请,把验收变成了“宴收”,就不利于考核验收工作的顺利开展,既影响了自身形象,对实际工作也是有弊无利。



瞧,这寻常百姓家

许耀守画

“候鸟式旅游”须防低价陷阱

微观点:“候鸟式旅游”,就是一些旅游者像候鸟一样,冬天到海南、广西、云南等气候温暖的地方过冬,等天气暖和了再回来。这样的旅游本是一件好事,但一些旅行社却把经给念歪了。

■苑广阔

据媒体报道,近期,不少老年人前往港澳、海南、广西、云南等地过冬。“候鸟式旅游”本应成为撬动“夕阳旅游”和“淡季旅游”的杠杆,却被违法违规分子盯上,以“低价”为噱头吸引老年人参团旅游。结果行程中不仅服务质量差,而且多次强制购物,老年人不是“出去享受”,而是变成了“出去受罪”。

所谓“候鸟式旅游”,顾名思义,就是一些旅游者像候鸟一样,在冬天天气寒冷的时候到海南、广西、云南等气候温暖的地方过冬,等北方天气暖和了,再回来。“候鸟式旅游”本来是很大的优势,同时也有很大的市场的,比如现在正值全国旅游淡季,“候鸟式旅游”可以让淡季不淡,对旅游目的地来说,也是一件好事。

然而,一些旅行社在激烈的市场竞争下,却把一部好经给念歪了。按照北京市旅游委日前发布的提示消息,凡是那些宣称自己是“甩单报团”“淡季促销”名义的线路,大多数都是依靠低价吸引游客报名,但是一旦组团成行,这些不法旅行社往往会通过

增加另行付费旅游项目、安排游客购物等手段获得利益。而到了这时候,团费往往已经交了,游客处于“骑虎难下”的状态,只能被迫进行消费。

随着游客的旅游消费变得越来越理性,以及维权意识的提高,当然还有政府相关部门对旅游市场的持续整顿,近年来全国范围内的旅游市场秩序正在逐渐好转,欺客宰客现象越来越少,这是我们必须要承认的客观事实。但是“候鸟式旅游”之所以有沦为“低价陷阱”的倾向,其中很大一个原因就是参与者主要是老年人群体,这一群体一方面维权能力相对较弱;另一方面又喜欢贪图便宜,结果正中一些不法黑心旅行社的下怀。

要想既能享受到温暖的南国之旅,同时自身权益又不受到侵害,那么在切实提高自身维权意识的同时,更重要的是要根据适合自己的出游线路和团费价格,理性选择旅游产品,不要只图便宜,避免和减少低价旅游团而遭遇消费陷阱。与此同时,游客切勿听信“上车签约”“上车付款”或只能开收据之类的说法。如果在旅游中遇到纠纷,游客要保持冷静,保留证据,坚持理性维权。

小区电梯广告应跨过“三重门”

微观点:伴随着城市高层住宅楼如雨后春笋般拔地而起,各式各样广告迅速攻占电梯内外空间。物业管理公司通过租赁形式将电梯空间广告摊位变现利益,要处理好内容充分照顾业主感受、社会公共空间治理和变现利益分配等三大问题。

■谢军

要不要效仿?要不要也和物业闹个“天翻地覆”?最近两天,北京市民薛灿灿一直在思考要不要学习广西南宁那帮业主撕掉小区电梯不雅广告。固然,小区业主对于制止自己撕掉不雅广告的物业人员大吵大闹不好,但电梯不雅广告看似事小,却对未成年人乃至整个小区居民生活影响较大。正是因为如此,广西南宁业主因不满物业人员制止其撕掉电梯不雅广告而吵闹的新闻被社会各界广泛关注。

近年来,伴随着城市高层住宅楼如雨后春笋般拔地而起,房产、汽车、医药等行业各式各样广告迅速攻占电梯内外空间。电梯空间自身特征所决定的广告成本投放成本低与受关注度高等优势,吸引了各大企业青睐并成为各方竞相争取

的“唐僧肉”。不过,电梯空间作为社区公共空间,要求电梯广告应以诉诸文化资源、社会价值观和大众情感等形式争取认同,而不是靠着媚俗的方式来吸引眼球。物业管理公司通过租赁形式将电梯空间广告摊位变现利益,要处理好内容充分照顾业主感受、社会公共空间治理和变现利益分配等三大问题。电梯广告有且只有跨过这“三重门”,方能迎来产业发展的艳阳天。

电梯空间的产权属性决定了电梯广告要充分尊重业主的尊严。在理想的图景里,广告应借助平面或者立体媒介来触动消费者的心灵与情感来刺激消费欲望,而不是单纯的“广告”功能。近年来,一些电梯广告往往靠着刺激肾上腺的畫面形式或者视频方式博取眼球。电梯广告表现形式不管以画面形式展现还是以视频方式

播出,但太具挑逗性、暗示性与诱惑性的内容在让乘坐电梯的成年人感到尴尬的同时,也给孩子带来不良影响,严重影响整个小区的形象与品位。1月5日,广西南宁业主因撕掉小区电梯不雅广告与小区物业人员发生冲突。其实,有关小区电梯不雅广告的报道频见报端。尽管现行法律并未对电梯广告内容进行明确标准与特别要求,但这并不意味着买断小区电梯空间广告权的企业可以为所欲为,在电梯空间内任意发布广告。电梯空间属于公共空间,小区的活动空间,电梯广告因影响较为普遍、强烈、持久。如果电梯广告背离了公序良俗,那么势必影响整个小区居民的精神文化生活。

电梯空间作为公共空间而不应成为社会治理的空白地带。电梯广告作为户外广告形

式的具体细分形式,集产品促销功能和品牌形象树立于一体。电梯广告因其目标定位精准、投入成本低廉和优厚回报等优势而被广告企业所青睐。对于电梯广告而言,不管是低俗广告还是经过审批的正规广告,从其中问题可以窥见监管部门把关存任问题。由于缺乏法律规定和行业监管,广告企业之间形成了恶性的竞争循环,出现了道德伦理问题。因此,涉嫌失职、渎职,监管部门应为此负责。根据我国《广告法》第三条规定:“广告内容应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。”从实践来看,虽说现行法律法规尚未对电梯广告内容提出明确标准,监管部门也未提出特别要求,但电梯广告内容必须真实、合法,必须符合公序良俗的要求,不得出现

低俗、虚假等成分。在今后,行业监管部门应对电梯广告监管和审批更加严格。

电梯空间的产权属性决定了电梯广告要满足小区业主的利益诉求。根据《物权法》规定,建筑区划内的道路、绿地和其他公共场所公共设施和物业服务用房属于业主共有。小区电梯广告收益当归全体业主所有,物业管理公司长期隐瞒电梯广告收益构成违法。根据《物业管理条例》第64条规定:“擅自利用物业共用部位、共用设施设备进行经营的物业,由县级以上地方人民政府房地产行政主管部门责令限期改正……”所得收益,用于物业管理区域内物业共用部位、共用设施设备的维修、养护,剩余部分按照业主大会的决定使用。”因此,小区业主可以对长期隐瞒广告收益的物业管理公司向有关部门投诉或者依法向法院起诉。

龙游农商行:银村共建,普惠新腾飞

龙游农商行以乡村振兴战略为导向,以创新实践和优化结构为抓手,以“简单、方便、快捷”的优质服务为核心,坚守普惠初心,砥砺前行。

该行增户扩面精准营销。深化“整村授信 整企授信”工程,做好“新青年”客户信息建档,配套跟进“幸福成长贷”特色产品;结合“星级党员评定”、“幸福大讲堂”和“金融五进”工程,加强党员群体、青年群体、外出务工创业群体的服务营销。同时加大创新满足需求。简化贷款手续,力争优质客户“五年要贷款,最多跑一次”;充分发挥“村情通”金融服务平台,发挥信贷业务“精准营销”科技支撑作用。

提高走访对接频率。抓住春耕备耕的蓄势时机,加大对农村、农场、农户的

走访,掌握资金流向和贷款需求;充分利用CRM2.0、普惠通手机、3G移动终端等设备主动上门服务,掌握辖内特色农业发展动向,为推动县域经济快速发展添砖加瓦。积极宣传推广普惠政策。培育和深推有利于降低融资成本、提高融资效率、具有龙游特色的幸福系列小贷金融产品;以“幸福金顶”光伏贷款支持村集体经济光伏发电为切入点,推进“银村共建”;以“幸福善贷”为载体加大种植大户和来料加工经纪人的信贷扶持,以点带面提升扶贫实效,通过“幸福商标贷”、“幸福税专项”、“幸福账易贷”、“幸福银桔”等专项产品,切实提升乡村振兴战略的辐射面、使用率和影响力。

叶啸 杨梦怡

桐乡供电:“优+”计划,减时保质促生产

1月15日,天气晴好,在桐乡市活罗浜合区,正在开展新联1055线7#-活罗浜支干线的调杆工作;与此同时,桐乡市昌恒丝绸纺织品有限公司销户工程也在同步进行,他们正抓住有利天气加紧冬季施工。两个工作场所看似相隔数里,但实际上,他们同属新联1055线停电范围,“少停电,多干事”逐渐成为国网桐乡市供电公司计划停电的工作状态。

“现在,社会对供电质量的要求越来越高,停电难度也越来越大,但是网架完善又是一项在

发展过程中必须去做的工作,怎么样解决好这个矛盾,计划管理是其中的一个关键。”该公司运检部沈伟伟说。

经过多年探索实践,桐乡供电公司已经建立了一套基于配网工程年度预安排的配网生产计划管理模式,减少停电次数,提高作业效率。这一模式创新采用地图式停电计划审查方法,以年度计划为纲、月度计划滚动修订、周计划刚性执行作为管控机制,协同优化“一停多用”、避免重复停电、优化生产班组承载力等各方面考量。“所谓地图式

审查法,就是以项目生成图,标出项目改造涉及的停电区域及时间,直观发现敏感用户等症结,把控施工计划的合理性。”沈伟伟介绍说。

与此同时,为确保停电计划执行率,该公司每一年8月份就早早地开始为下一年的计划管理工作做起了筹备,在近半年的时间中,不断对来年的工作内容进行补充,并对整体计划进行排布,形成年度计划管理的整体纲要;每月召开一次“月度施工方案审查会”,对月度计划进行修订,让计划管理更贴合当月实

际情况,在可实施的范围内尽可能对停电线路进行“合并同类项”,减少停电时间;而对周计划则采取“严关门”,刚性执行,提高计划管理的严肃性与实用性。“考虑到有的时候确实会有特殊情况发生,我们一般会预留一小部分调整空间,关好‘门’的同时留下一扇‘窗’,设置严格审批流程,有限度地做好调节,确保计划执行的科学性与人性化。”沈伟伟说。

据悉,该公司目前年度停电计划执行率可达80%以上,配网周计划平衡会会后变更率为零,取得较好成效,全力护航社会发展。赵芳芳