

“东风速递，使命必达”

微观点:随着国防和军队改革的深入推进,人民解放军向能打仗、打胜仗聚焦,舰巡南海、绕飞宝岛,一系列实战化训练彰显捍卫国家领土主权的决心和能力。关于东风-26 导弹的列装,国防部发言人表达了中国政府一以贯之的立场。“左手精准打击,右手世界和平”,在中国军队迈向世界一流军队的发展之路上,“东风速递,使命必达”。

■新华社记者于晓泉

又一柄大国长剑淬炼出炉!

4月26日,国防部例行记者会上,国防部新闻局局长、国防部新闻发言人吴谦透露,我国新一代中远程弹道导弹东风-26,已正式进入中国人民解放军火箭军战斗序列。

东风-26导弹具有完全

自主知识产权,融合多项新技术,通用化集成信息化水平高,在庆祝中国人民解放军建军90周年朱日和沙场阅兵中就已亮相。其既可遂行快速核反击任务,也可遂行常规中远程精确打击任务,具备对陆上重要目标和海上大中型舰船精确打击能力。

火箭军是我国战略威慑的核心力量,是我国大国

地位的战略支撑,是维护国家安全的重要基石。近年来,火箭军新型武器装备建设水平不断跃升,多种新型号导弹武器陆续列装部队,持续强化型号配套、射程衔接、打击效能多样的作战力量体系,“随时能战、准时发射、有效毁伤”核心能力稳步提升。

党的十九大报告提出,建设强大的现代化陆

军、海军、空军、火箭军和战略支援部队,打造坚强高效的战区联合作战指挥机构,构建中国特色现代作战体系,担当起党和人民赋予的新时代使命任务。随着国防和军队改革的深入推进,人民解放军向能打仗、打胜仗聚焦,舰巡南海、绕飞宝岛,一系列实战化训练彰显捍卫国家领土主权的决心和能力。

“我们的军队是人民军队,我们的国防是全民国防。”实现“两个一百年”奋斗目标征程上,党在新时代的强军目标频频共鸣。

关于东风-26导弹的列装,国防部发言人表达了中国政府一以贯之的立场。“左手精准打击,右手世界和平”,在中国军队迈向世界一流军队的发展之路上,“东风速递,使命必达”。

按“老板”指令转了账何以判“财务”赔 15万

微观点:法院判赔15万元,这于财务人员,无疑具有警示意义,将倒逼财务人员强化把关意识。但堵死以假的“老板”名义行骗的空间,企业管理纳入法治的轨道,才是根本之计。

■钱凤伟

据媒体报道,一名公司财务人员按自称公司法定代表人在微信上的要求,给客户转账了76.4万元。谁知,收款的不是公司客户,要求他们转账的也不是公司法人。被骗的款项尚未追回,公司将财务告上法庭,要求其承担损失。

广州市白云区法院一审判决,财务在没有相应审批手续且未核实的情况下,依据微信付款指令进行付款,具有过错,公司同时存在管理过失,酌定财务人员承担20%即152800元的赔偿责任。二审维持原判。

就凭所谓“老板”在微信上发来的指令,就将巨款转至其指定账户,让人匪夷所思。显然,这并非是骗子骗术的高明,而是财务制度的形同虚设。本来,汇出款项,尤其是数额巨大的资金进出,应该有严格的程序,如果不符规定,财务人员可以拒绝。然而,于这类案件中的财务人员,因为是“老板”的指令,就可以违反规定,不经任何的审批。企业财务漏洞的巨大,由此足以窥见一斑。

这类案件中,骗子轻易得手,显然是作为第一道关口的财务人员,没有履行自己的职责。财务人员虽然也是上当受骗者,但既然给

公司造成损失,当然应该承担责任。

但财务人员的过失,很大程度上折射出的是企业管理的混乱。比如被告罗某辩称,其没有违反公司制度,涉案款项转账是按照原来的惯例操作。以前法定代表人花某也曾通过微信告知的形式让其转账,并转款成功。只是这样的操作,并没有像这次那样转给了骗子而已。也因此,法院判决中还认定,“原告公司在财务管理中并未严格遵守会计财务管理规范,存在管理上的过失。”

显然,正是因为企业管理中普遍的人治大于法治,让骗子有机可乘。而企业领导的指令何以有如此的“威力”,说到底是有如此的“威力”,而更准确地说,是失去了监督的权力的“威力”。而现在对领导权力失去监督和制约,在不少企业已非个别现象。不少企业领导以企业自主为名,把企业当作自家天下,而于民企,更是老板说了算,根本没有现代企业制度管理的概念。

因此,法院判赔15万元,这于财务人员,无疑具有警示意义,将倒逼财务人员强化把关意识。但堵死以假的“老板”名义行骗的空间,企业管理纳入法治的轨道,才是根本之计。

“专用车位”别成“共享车位”

微观点:常言道“良好的开头是成功的一半”,共享汽车已经来了,相关部门、企业应当想方设法避免“鸠占鹊巢”情况,让共享经济不断发展壮大。

■徐振宇

车位上明明写着大大的“专用车位”,后面还有充电桩,依然有私家车停进去了。诸暨市朗朗臻新天地地下车库,江东分院永兴停车场以及城市广场等地的共享汽车专用车位,经常被私家车占用,导致共享汽车难回停车位,无法按时归还。

随着“共享经济”的概念迅速普及,共享汽车很快进入了大众视野。共享经济模式的核心是将闲置的服务、产品共享给需要的人们,不仅用户所耗费的成本低,还可以有效解决闲置资源的浪费问题,真正实现一举多得。然而,无论是共享单车、网约车,还是共享汽车,除了运营模式存在一定局限性外,还需面对监管、安全、运营管理等一系列问题,单是一个停车问题就相当让人头痛。区别于共享单车那样“随地取车、随地还车”模式,目前诸暨市共享汽车采用的是“定点取车、定点还车”,这在一定程度上可以降低运营成本。但问题同样存在,停车位宽裕时倒还好,一旦停车位紧张时,如果私家车一时找不到停车位时,“专用车位”就难免成为“共享车位”。而私家车占用这些专用车位后,就会导致共享汽车无处可停,一方面会造成车辆无法及时充电,另一方面会继续计

算共享汽车费用给用户造成不必要的损失。

缘何频频“鸠占鹊巢”?首先与“停车难”有关,比如在商贸城、暨阳学院体育馆等地,因为车位富裕,就很少出现专用车位被占现象。其次,当司机朋友没有意识到“该处不可停”时,也就成全了“无心之失”,所谓“不知者无罪”,这不能全怪到私家车上。前者需要城市管理者在有限的土地资源条件下尽力挖掘“潜力”,增设停车位,还在于加强管理,提高现有停车位的周转功能;后者需要加强市民的规则意识,随时随地养成文明停车、规范停车的习惯,别冒昧占用人家的“位子”。而作为共享汽车租赁公司,想要改善用户体验,必须解决用户的停车问题,避免“鸠占鹊巢”的情况。这个可以在专用车位上加设智能设施,以便“专款专用”——非共享汽车不得入内;另外要主动开发专用车位,不能简单地将原本紧张的车位纳为己用;还要加强共享汽车的宣传,让市民朋友真正接受“专用车位”不是“共享车位”的概念,停车时主动避让。

常言道“良好的开头是成功的一半”,共享汽车已经来了,相关部门、企业应当想方设法加以改善改进,努力让共享经济成为社会服务行业内最重要的一股力量。

莫被“盆景”遮住眼

微观点:眼下,类似“盆景”、“景点”式的形象工程在一些地方还有市场。在一些官员看来,多搞一些形象工程,上级领导看了高兴,自己升迁的机会也就有了门了。

■徐曙光

据报道,近日,湖南省湘乡市山枣镇一采石场的一组照片引起争议。照片中,一排排绿色“盆景”摆放在采石场山坡上,被指是为了迎接检查专门摆放的。4月23日,笔者从山枣镇镇政府了解到,相关部门已经介入调查。

无独有偶,有个山区贫困村,想发展生态旅游。扶贫资金到位后,村民希望铺地下管道,方便污水排放。乡干部不同意:糊涂!把钱埋地下,上级来检查,给人家看什么?以后还会给钱吗?于是先把沿街院墙粉刷一新,建了一个亮眼的广场。还有一个地方为了让上级考察时看到自己的扶贫成绩,派一些小學生披着装化肥用的白塑料袋,趴在领导路过的山坡上。

领导远远望去,山坡上尽是“美羊羊”,大加赞许。地方干部“喜洋洋”,皆大欢喜。假如验收组深入一下,鬼把戏不就戳穿了吗?

眼下,类似“盆景”、“景点”式的形象工程在一些地方还有市场。官员热衷于搞形象工程,无非就是想往自己脸上贴金,为仕途铺路。在他们看来,多搞一些形象工程,上级领导看了高兴,自己升迁的机会也就有了门了,至于百姓的抱怨听不

听无所谓。古语云,兼听则明。笔者以为,要避免被一些虚假的政绩工程蒙住双眼,除了擦亮眼睛看个究竟外,领导下去考察工作要增加一点随机性,不仅要听汇报看材料,更要多听一听当地老百姓的声音。如果发现当地官员热衷于搞“景点”,一定要严肃追究,让弄虚作假者再无“用武之地”。



百度移动端也应用掉医疗广告

微观点:百度将医疗广告迁移至移动端的做法,提醒监管部门,互联网技术和商业模式均在快速更迭,要保持长期跟踪、不定期抽查,采取全平台监管模式,避免因滞后而延误监管。

■江德斌

据媒体报道,2016年发生的“魏则西事件”,让存在已久的互联网医疗广告揭开了“盖子”。随后,国家网信办联合多部委入驻百度进行调查,要求切实整改,百度也宣布对医疗业务进行调整。然而,非法医疗广告并没有离开互联网。在移动端日益成熟的今天,以往在PC端出现的互联网医疗广告,更多地出现在了手机上。很多疾病关键词,在百度等搜索网站上没有任何广告,但在移动端应用上,搜索结果的前几名全是医疗广告。

看了报道才知道,曾经一度遭到严厉打击的互联网医疗广告,并未真正彻底消失,而是由PC端迁移到移动端,用户依然可以轻易搜索到。而且,这些非法医疗广告均排在前几名,亦是采用竞价排名模式,说明百度并未真正悔改,没有彻底甩掉医疗广告业务,仍然在依靠医疗广告和竞价排名赚取暴利。

此前在“魏则西”事件曝光后,媒体进行了深度调查,发现网络营销收入几乎是百度公司的全部收入,其中竞价排名收入的占比最大,而来自于医疗行业的收入占据了40%左右,莆田系

医院则是主力军。可见,百度严重依赖于竞价排名收入和医疗行业,要是一旦取消医疗商业广告,其营收就会大为缩减,给公司带来很大的负面影响。

此前,在各方强烈谴责批评的压力下,百度宣布对医疗广告进行整改,落实六项整改措施,其中包括“改变过去以价格为主的排序机制,改为以信誉度为主,价格为辅的排序机制。”由此给外界传递出的信号为,百度对竞价排名模式进行修正,并采取严格审查的机制,筛选合格的医疗广告,从而令危机得到消减。

可是,从媒体暗访的结

果看,百度只是将PC端的医疗广告迁移到移动端上,从而巧妙躲过了舆论监督,还抓住了移动互联网蓬勃兴起的机会,仍然依靠庞大的流量兜售医疗广告而赚取暴利。显而易见,百度难以舍弃巨额的医疗广告费,不仅没有兑现整改承诺,还忽悠了大众和媒体,仍然扮演着互联网里的“坏孩子”角色,依靠大数据技术实现用户画像、精准推送,助纣为虐帮助非法医疗广告骗人,赚取“黑心钱”。

对于百度这种不知悔改、缺乏信用、只想赚钱的互联网公司,应依法对其进行严厉惩罚,包括金钱处罚

和信用处罚,并将其作为负面典型予以通报,让全社会认清清楚百度的真面目。同时,广大用户也要提高警惕,对百度滥用垄断权,擅自推送非法医疗广告的行为,勇于说不,并积极履行监督权,向监管部门举报。消费者协会也可发起公益诉讼,对百度的欺诈行为,采取司法诉讼的途径,令其承受应有的法律代价。

百度将医疗广告迁移至移动端的做法,亦提醒监管部门,互联网技术和商业模式均在快速更迭,要保持长期跟踪、不定期抽查,采取全平台监管模式,避免因滞后而延误监管,令企业钻了空子。

绍兴好人

永不停歇的爱心使者——记一心支教的王秋农

曾经,一位伟人说过:“一个人做点好事并不难,难的是一辈子做好事。”家住绍兴越城区胜利西路、今已83岁的王秋农老人,是退休20多年的高级工程师和基层工会领导,人们习惯称呼他“王工”。自从退休以来,他一直热心于公益事业,怀揣一颗回报社会的心,用自己人生积累的宝贵经验和社会资源竭诚服务于社会大众,被人们誉为“永不停歇的爱心使者”。

1986年,王秋农被省、市总工会派遣到贵州毕节地区大方县进行技术扶贫,当时贵州山区贫困落后的教育状况使他寝食难安,正是那次经历,让他与千里外的贵州结下了不解之缘。从那以后,为了使贵州贫困山区的孩子顺利完成学业,他不

辞辛劳,千方百计通过自身的社会影响力和人脉资源,四处奔波,为贵州黔东南州开展智力教育帮扶。10多年来,在王秋农爱心感召下,绍兴爱心人士共计向黔东南州募集捐赠物资价值约280万元。

“授人以鱼,不如授人以渔”,他还先后协调落实6批84名黔东南州中小学教师到绍兴的高中、初中、小学、职校等进修学习,以提高贫困地区教育质量,联系帮助贵州的13名医生到绍兴进行培训。现在这些人员已成为当地的教育骨干、医疗骨干,为贵州民族贫困地区教育质量和医疗水平提高发挥了积极作用,对此“王工”很欣慰。

黔东南州黄平县府办主任解昌盛感慨

地说:“王老真不容易,80多岁了,一个人筹集物资带到黔东南,跟着我们一路颠簸进村,还一定要亲眼看到物资发放到孩子们的手中才能放心,这份真心和责任心,值得我们铭记在心。”

除了扶贫支教外省,绍兴市老团干联谊会的同志们说,王秋农还是绍兴本地的慈善老人。他并不富裕,但12年来经常去看望绍兴企业工会圈的老同志、“老病号”。他总这样说:“家家有老人,人人都会老,我之所以去探望他们,也是出于关心,现在老人不缺吃穿,最需关爱。”前不久,《绍兴晚报》报道了一位尿毒症患者,他不仅去医院送上2000元慰问金,还写信鼓励小伙子。

钱峰 柯华

龙游:农网改造升级惠民生

国网龙游县供电公司助力乡村振兴战略,持续推进农网改造升级,2018年公司计划投资1.1亿元,进一步改善262个乡村电能质量。图为“五一”节前,电力工人正在半潭村进行农网改造作业。

张文琪

