

# 党纪学习教育须抓“大”不放“小”

赵畅

党纪学习教育，必须坚持抓“大”不放“小”，既要在大是大非问题上旗帜鲜明地统一思想，剖析典型案例，起到以儆效尤的警示作用，又要针对一些党员干部在违反和忽视党纪党规方面存在的“小微”问题，坚持以“小”见“大”，见“微”知“著”，增强警觉度，提高整改率，确保党纪学习教育教育落小落细落实。

违反和忽视党纪党规的“小微”问题，在一些党员干部身上有一定普遍性。原因主要有三：一是不知情。因为平日疏于学习，对党纪党规“不上心、不了解、不掌握”，于是，频频发生有违党纪党规的情况而不自知；二是不畏惧。在有些党员干部看来，自己仅仅是打了一个擦边球，并没有触及本质，危害性不大，因而总是自我安慰，抱着无所谓的态度；三是不自律。有的党员干部“对人马克思主义，对己自由主义”，只要组织照顾，不要组织纪律。这样，自我标准低，又不屑接受监督，难免“小微”问题不断。

千万莫小觑一些党员干部违反

和忽视党纪党规的“小微”问题。须知，大与小从来是相对的，大由小而来，小孕育着大。个别党员干部犯大错、栽跟头，恰恰就是由一些违反和忽视党纪党规“小微”问题积累而导致的。比如，有些贪官热衷做“两面人”，当面说一套，背后做一套，正是从工作浮滑而好于汇报、瞒报开始的；有些贪官贪欲汹汹，什么钱物都敢伸手，就是从节日收礼和日常吃请变异而来的；有些贪官色胆包天，包三小、玩情人，也是由羡慕奢侈生活，频繁进出娱乐场所引发的。“大洞不补，小洞吃苦”。因此，必须教育引导党员干部严格要求、守纪律，自觉从“小”处改起，从“微”处严起。

结合党纪学习教育，引导和帮助党员干部深化对遵守党纪党规重要性、必要性的认识，养成堵塞“小微”漏洞的自觉性。须知，没有严格的党纪党规，党的组织就会成为一盘散沙，为人民谋利益就会成为一句空话。实践已经证明，纪律严明是党的光荣传统和独特优势，正是靠着严明的纪律和规矩，我们才不断取得革命、建设和改革事业的伟大胜利，才赢得了人民

群众最广泛的拥护和支持。因此，每一名党员干部必须与违反和忽视党纪党规的言行作坚决的斗争。

纪律是管党治党的“戒尺”，也是党员干部约束自身行为的标准和遵循。对照《中国共产党纪律处分条例》，党员干部应坚持逐章逐条学、联系实际学，抓好以案促学、以训助学，在推动《条例》入脑入心的同时，对一些违反和忽视党纪党规的“小微”问题，做到“认清、析透、瞄准”。认清，就是对照党纪党规，找一找违反、忽视党纪党规的“小微”问题有哪些，看一看与党纪党规要求的差距有多大，想一想由此造成的后果有多重；析透，就是要求每一名党员干部必须保持刀刃向内，红红脸、出出汗，多从主观上寻找问题根源，从思想深处分析问题缘由；瞄准，就是结合党纪学习教育的整体要求，通过自身查找、组织帮助、党员干部之间相互提醒，有的放矢提出可操作、能见效的整改落实方案。

高质量开展党纪学习教育，防止走过场，就必须把违反和忽视党纪党规“小微”问题的整改真正落到实处。党员干部应率先垂

范。在党纪学习教育中，党员领导干部必须自觉带头，真正体现“一级做给一级看，一级带着一级干”的要求；要坚持边整边改。对于已经认领的存在问题、已经明确的整改方案，必须做到知行合一、边整边改，通过强素质、转作风、办实事，让群众看到党纪学习教育带来的新作风、新面貌、新成效；应形成必要的制度规范。结合回头看，在认真总结经验的基础上，把一些行之有效的做法以机制的形式固化下来，为广大党员干部提供必要的教育规范、行为指南。

全面从严治党永远在路上，管党治党一刻也不能放松。各级党组织和领导班子应以诊疗“小微”问题为切入点，进一步教育引导党员干部强化纪律意识、加强自我约束、不断提高免疫力，增强政治定力、纪律定力、道德定力、抵腐定力，始终做到受警醒、明底线、知敬畏，忠诚、干净、担当。

明州论坛  
中国新闻名专栏



## 漫画角 后盾

近期，人力资源社会保障部发布数据显示，截至2023年末，全国企业年金积累金额首次突破3万亿元，达3.19万亿元，参加职工3144万人（5月8日新华社）。朱慧卿 绘

## 药店“跑马圈地”切莫跑偏了方向

罗志华

日前，连锁药房重庆鑫斛亮“底价”开卷的消息，将药房行业的“内卷”现状推到了聚光灯前。国家药监局《药品监督管理统计年度数据（2022年）》显示，截至2022年12月底，全国共有《药品经营许可证》持证企业约64.4万家，比奶茶店还要多出十几万家，有的城市100米内就超5家。一边是头部连锁药房迈入“万店时代”，加速圈地扩张；另一边是单体药房或将迎来闭店潮（5月8日《成都商报》）。

现在各行各业竞争都很激烈，药品零售行业更是“内卷”厉害。过去实体药店的主要竞争对手是医院的药房，现在除此之外，网上药店的数量迅速增长，销售乙类非处方药的自助药机也在商超和便利店等场所大量出现。前有劲敌，后有追兵，实体药店的竞争压力越来越大，在一些药店看来，每多开一家店面，或许就多增加一份生存与发展的机会。

然而，单纯搞数量扩张，并不能真正提升药店的竞争力。药事服务是否到位，药品的种类是否齐全，价格是否比别家低，以及是否具备医保定点资格，能不能通过处方流转平台获得来自医院的处方等，才是消费者看重的，假如这方面实力不如别人，增加再多的店面也没用。不仅如此，店面越多，成本越高，而实体店与网上药店相比，店面租

金与人力成本是主要的竞争劣势，搞数量扩张可能会适得其反。

更要看到，盲目扩张还会导致其他问题。比如，社会上的执业药师总量有限，在药店数量较少的情况下，执业药师仍然十分紧缺，很多药店只能通过“影子药师”来解决，违规销售处方药等现象也比较突出。假如药店数量扩张速度远超执业药师的数量增长速度，药师紧缺现象就会更加凸显，相关乱象也会更加突出。

药店“跑马圈地”，不仅会放大自己的短处，而且还可能浪费发展的机遇。目前，医保谈判药品实现“双通道”保障机制，药店保障通道由实体药店承担，这是一块巨大的市场蛋糕。公立医院全面取消药品加成，零售药品业务从医院大量转到实体药店。过去“处方从哪里来”困扰着实体药店，目前全国多地大力推进电子处方流转，处方流转的主要去向是实体药店。在医院开处方、在实体药店拿药，将变得更加普遍。这些医疗改革举措，均可大幅提升实体药店的业务量，顺应医改的方向行事，才是实体药店生存与发展的之道。

单纯以数量取胜已显得十分落伍，通过质量取胜才是正确的方式。药师时时在岗，并及时提供用药指导；“双通道”保障药品应有尽有，并让消费者同等享受报销政策；像连锁药店重庆鑫斛那样亮明药品“底价”，并实行微利销售……如此才能明显提升自身竞争力。这样的药店即使数量较少，同样可拥有让人不敢忽视的竞争优势，并赢得消费者的青睐。

# 掀开违规吃喝“隐身衣”让其无处遁形



文武平

“五一”前夕，中央纪委国家监委公开通报8起违规吃喝典型案例。从通报情况来看，这些问题涉及“吃公函”“吃老板”“吃下级”等顶风违纪、隐形变异问题。奢靡之始，危亡之渐。掀开违规吃喝“隐身衣”，就要紧盯那些“吃心不改”者违规吃喝的特点规律，找准根源、靶向施治。

紧盯“一门心思‘吃老板’、变着法子‘吃空函’”这些新动

向。当前，依然有一些党员干部、公职人员“吃心不改”“酒兴难消”。有的对“吃老板”不放弃，为躲避监督，在吃喝地点上动起歪脑筋，将吃喝场所转为内部食堂、私人会所或“农家乐”。有的对“吃空函”盯住不放，以虚列公务接待和套取会议费、办公费等“精致走账”的形式违规吃喝，挖空心思变相公款消费。

紧盯“下基层‘沾点油水’、办实事‘来点小惠’”这些小细节。当前，无论是机关还是基层，违规吃喝依然存在。少数机关干部下基层奔着“饭局”而去，若是没安排一顿饭、没拿一包烟、没得点土特产，就不开心，解决问题也不太上心。少数基

层干部去机关就奔着“请客吃饭”，而个别机关干部欣然接受“吃下级”。这些“小问题”，习以为常，实则是以权谋私、作风腐化的表现。

紧盯“检查考核‘招待好’、异地取经‘人情味’”这些小心思。当前，一些地方违规吃喝表现多样。比如，上级机关来检查考核，以超标准的方式安排接待；兄弟单位来取经，以超标准的方式尽地主之谊；组团去外地招商引资，以送土特产方式换取高规格接待等。这些小心思，其实就是“吃公家”“蹭公家”的想法在作怪。

违规吃喝看似不起眼，实为党纪所不容，而穿上“隐身衣”的违规

吃喝，更是伤民心，必须以猛药加以治理。一方面，强化警示教育，引导党员干部、公职人员保持健康心态，克服口服之欲，少贪口服之利。能吃饭堂就不要吃饭店，能吃自己就不要吃公家，对那些组织和参与公款吃喝。另一方面，构建“不敢吃、不能吃、不想吃”的“条条框框”，健全预算监督机制和公务接待财务标准以及审批、核准、监督制度，把公款奢靡之风关进制度的笼子。

与此同时，对那些“吃心不改”、顶风违纪的顽固之徒必须露头就打，对那些隐形变异吃喝问题发现一起、查处一起、通报一起。只要系统施治、常抓不懈，坚决铲除违规吃喝滋生的土壤，就一定能让违规吃喝无处遁形。

## 椰树集团因擦边广告被罚40万元：守底线才能有声誉

戈岩平

在自设网站发布的宣传图文，出现使用国家机关工作人员进行商业营销的情形，并使用“用椰子擦乳”“南太平洋美女很少‘飞机场’”等违背公序良俗的广告语……5月6日，椰树集团有限公司因擦边球广告，被海口市市场监督管理局龙华分局罚款40万元。

提起椰树集团，相信很多人脑海里浮现的是“椰树牌椰汁”黑色包装、白色大字、热辣美女的画面，该集团之前因“画风清奇”的广告包装、尺度大胆的宣传文案、衣着暴露的代言，多次“荣登”热搜榜。这次，椰树集团在其网站上出现有违公序良俗的广告语，被罚40万元，应该说一点也不冤。

商家要赚钱，媒体要创收，广告要吸引眼球，这些能够理解。但广告营销不能不守规矩、没有底线。因为商业广告面向全社会公开发布传播，涉及的不仅是企业自身的管理和形象，更关

乎社会公共秩序和道德。

广告行业是公认最具创意的行业之一，好的广告媒介，遇上与之相称的优美创意，才会发挥最大效用。但不可否认的是，近年来，为博眼球、赚流量，不少企业在广告营销中挖空心思，把恶俗广告当作“流量密码”，严重污染了社会公共道德空间，尤其对未成年人影响恶劣，为法律和道德所不容。

根据《广告法》规定，广告内容应“遵守社会公德和职业道德”，不得“妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚”。针对恶俗广告的破坏性和不可逆性，除了依法进行处罚之外，相关监管部门还应建立完备的监督惩戒机制，把各种不良效应遏制在萌芽状态。

商家守底线，产品才有声誉。那些不顾及公众观感、缺乏社会责任心的广告创意很难受人尊重，也很难为品牌累积好感度。为抓住受众眼球，不惜打擦边球和低俗化的擦边球，最后被批成负面典型，对商家来说，也是得不偿失的。

## 领导偷录员工吐槽起诉被驳回：隐私权不容侵犯

刘效仁

小刘及其他两名员工建立微信群“某某素材组”，私下吐槽某公司高管林某，被林某发现并偷录。林某认为，小刘等三人在微信群中对其诽谤谩骂，侵犯其名誉权，于是向法院起诉，要求三人停止侵权、赔礼道歉、消除影响、恢复名誉并赔偿损失。近日，北京互联网法院判定，林某偷录员工微信群信息侵犯了员工隐私权，证据不具备合法性，驳回全部诉求（5月8日《新京报》）。

哪个背后不说人，哪个背后人不说，这似乎是千古未变的世情世故。做领导，被人背后议论，在所难免。小刘等三人在微信群聊天中称林某“没管理能力”“两面三刀”等，不值得大惊小怪。当然，表达得有边界和底线，即以事实为依据，不能无中生有，不能恶语中伤。否则，就会受到法律追究。

可私下里的表达，要宽松、自由得多。因为，几个人私密性的说说，即便针对某个领导，言辞尖锐

苛刻一些，由于没有对当事人造成直接伤害，理应受到法律保护，不得任由别人窥探、偷录，乃至成为诉讼的证据。

作为领导，享有对他人的管理权，被部下批评或背后议论亦是理所当然的一种权利。如果他人微信聊天记录可以被偷录，作为呈堂证供，并得到司法支持，后果显然是可怕的。

林某之所以败诉，被驳回全部诉求，除了偷录员工微信群信息，侵犯了其隐私权，也因为该证据不具备合法性。从取证过程看，林某并非明确出于取证的目的、情势所迫而实施上述行为，亦非偶然获悉涉案微信聊天记录，且在明知可能侵犯他人隐私权的情况下，通过翻看他人微信记录从而获悉涉案内容，用法官的话说，“侵权在先而取证在后”。也就是说，林某欲通过侵害他人隐私权的方式，追究他人私人聊天时可能侵害其名誉权的责任，该方式超过其维权必要。法院判决驳回其诉讼请求，既合法也合情理，亦合公序良俗。

司法中，非法证据排除规则不允许以发现真实为名，行严重侵害民事权利之实。涉案取证方式超过其维权必要，若不排除该证据，无异于承认和鼓励此种故意侵犯他人隐私权的行为，不利于法律秩序的维护，不利于保护公民的言论自由和隐私权。是故，本案判罚具有普遍指导意义。

## 预制菜与现炒现做并非“零和博弈”

杨朝清

“本店不用预制菜，现炒现做。”近期，宁波一些餐饮店纷纷亮出“拒绝预制菜”的告示；叮咚买菜、盒马等电商平台也纷纷将首页的“预制菜”频道，悄然更名为“快手菜”频道（5月8日《宁波晚报》）。

预制菜成本更低、效率更高，一些餐饮店“拒绝预制菜”，主要在于部分预制菜项目混账、以次充好，加剧了公众的食品安全焦虑。愿意多支付一些成本，愿意多等待一些时间，喜欢“锅气”和“烟火气”的消费者，拒绝预制菜，是基于切身利益的理性选择。

预制菜产业作为一个市场富矿，前景可观。然而，预制菜“飞入寻常百姓家”的一个前提，就是守好安全底线，让消费者吃得放心、吃得安心。消费者青睐现炒现做，既有习惯成自然的因素，也是用脚投票——对于预制菜从

业者而言，如何赢得消费者的信任和认同，是最现实的考题。

预制菜标准化、流程化，更适合储存和运输；可是，行业标准的缺失以及假冒伪劣、无标识信息、原材料无法溯源等乱象，导致泥沙俱下、良莠不齐。今年3月，国家市场监督管理总局等六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》，首次明确了预制菜的定义和范围，并对强化预制菜食品安全监管、推进预制菜标准体系建设等提出要求。

预制菜有预制菜的优势，现炒现做也有现炒现做的好处，二者并非此消彼长的零和博弈关系，而应该错位发展、相互补充。一方面，预制菜行业应提高专业化、规范化水平，并通过产业升级迭代来更好地满足消费者需求；另一方面，那些以现炒现做为卖点的商家也需保持真我的风采，满足消费者对口感、味道和品质的追求。预制菜和现炒现做各有其其道、各美其美，方能各得其所。

**关于中国邮政储蓄银行股份有限公司慈溪市东山头营业所更名更址的公告**  
经国家金融监督管理总局宁波监管局批准，中国邮政储蓄银行股份有限公司慈溪市东山头营业所营业场所变更为：慈溪市观海卫镇环城东路65号、67号、69号（三间一层），名称变更为：中国邮政储蓄银行股份有限公司慈溪市环城东路营业所，现予以公告。  
机构名称：中国邮政储蓄银行股份有限公司慈溪市环城东路营业所  
机构编号：B0018A233020252  
业务范围：吸收本外币储蓄存款；办理国内汇兑业务；从事银行卡（借记卡）业务；受理信用卡还款业务；受理电子银行业务（含自助银行业务、短信服务）；基于邮储银行系统的代理银行业务；代理发行、兑付政府债券；提供个人存款证明服务；代理销售商业保险；提供个人理财产品；经银行保险监督管理机构批准并由邮储银行委托的其他商业银行业务。  
许可证流水号：01042673  
批准成立日期：2008年5月30日  
营业地址：慈溪市观海卫镇环城东路65号、67号、69号（三间一层）  
邮政编码：315315  
电话：0574-63620969  
发证机关：国家金融监督管理总局宁波监管局  
发证日期：2024年5月9日

**关于宁波慈溪农村商业银行股份有限公司城东支行河角分理处变更营业场所的公告**  
经国家金融监督管理总局宁波监管局审核通过，宁波慈溪农村商业银行股份有限公司城东支行河角分理处营业场所变更为慈溪市白沙路街道新城河中路1890号、1892号、1894号，现予以公告。  
机构名称：宁波慈溪农村商业银行股份有限公司  
城东支行河角分理处  
机构编号：B0605U233020017  
业务范围：总行在银行业监督管理机构批准的业务范围内授权开展的业务。  
许可证流水号：01042673  
批准成立日期：1992年11月1日  
营业地址：慈溪市白沙路街道新城河中路1890号、1892号、1894号  
邮政编码：315302  
电话：0574-63891774  
发证机关：国家金融监督管理总局宁波监管局  
发证日期：2024年4月30日

**关于中国邮政储蓄银行股份有限公司余姚市梁辉营业所变更营业场所的公告**  
经国家金融监督管理总局宁波监管局批准，中国邮政储蓄银行股份有限公司余姚市梁辉营业所营业场所变更为：余姚市兰江街道南雷南路716号（一层）、718号（一层）、720号（一层）、722号（一层），现予以公告。  
机构名称：中国邮政储蓄银行股份有限公司余姚市梁辉营业所  
机构编号：B0018A233020016  
业务范围：吸收本外币储蓄存款；办理国内汇兑业务；从事银行卡（借记卡）业务；受理信用卡还款业务；受理电子银行业务（含自助银行业务、短信服务）；基于邮储银行系统的代理银行业务；代理发行、兑付政府债券；提供个人存款证明服务；代理销售商业保险；提供个人理财产品；经银行保险监督管理机构批准并由邮储银行委托的其他商业银行业务。  
许可证流水号：01042670  
批准成立日期：1994年7月8日  
营业地址：余姚市兰江街道南雷南路716号（一层）、718号（一层）、720号（一层）、722号（一层）  
邮政编码：315403  
电话：0574-62576700  
发证机关：国家金融监督管理总局宁波监管局  
发证日期：2024年4月26日