

别做“不正确却难的事”

黄明朗

前些天,“明州论坛”刊登了《以长期主义做“难而正确的事”》《什么是“难而正确的事”》两篇评论,深受启发。

当前,中国发展面临的问题错综复杂,涵盖经济、社会、环境、科技、外交等多个领域,困难无处不在、无时不在。面对困难和挑战,有两类截然不同的态度和方法:一类是拿出“明知山有虎、偏向虎山行”的勇气,不回避、不推诿、不敷衍,担当作为,知难而上,真抓实干,奋发有为。另一类是消极退缩,畏缩不前;不思进取,抱残守缺;拈轻怕重、躺平甩锅;敷衍塞责、得过且过;好大喜功,急于求成;竭泽而渔、盲目蛮干;虚报浮夸,搞“虚假政绩”,等等。

提倡做“难而正确的事”,把“难”跟“正确”联系在一起,是因为做正确的事需要顶风搏浪、逆势上扬,肯定困难重重。但是做“不正确的事”就不难吗?其实不然。

首先,工作开展难。“方法不

对,努力白费”。一个领导干部,如果暮气沉沉,精神状态低迷,实干不足、作秀有余,有难度的事不愿干,有风险的事不敢干,没先例的事不肯干,碰到矛盾、难题绕道走,或推给上级,或甩锅基层,导致问题悬而不决、久拖不决,改革难有突破,发展难有起色,被群众看在眼里记在心中,相当于为自己挖坑,往往处于舆论的风口浪尖,成为民众不满情绪的宣泄口,让下级和群众觉得你说话办事不靠谱,不仅损害干部形象和威望,降低政府的影响力和公信力,而且其提出的政见、布置的任务,会受到抵制,若强制执行还会加剧矛盾,使工作陷入被动局面。

其次,事业发展难。“好走的路都是下坡路”,没有矛盾,就没有世界、没有发展。敢于揽事、积极担事,打好主动仗、下好先手棋,努力把谋划好的事情干成功,把上级交办的工作做到位,把有挑战性的困难克服化解,才能创造出经得起人民和历史检验的业绩。反之,服务意识淡薄,感慨“为官不易”,干脆“为官不为”“为了不出事,宁愿不干事”,遇到困难和棘

手问题不去解决,造不出声势,打不开局面,工作难以推进,事业难有起色,一些问题和矛盾在束手无策中越积越大,一些发展机遇在无所作为中白白丧失,几年过去面貌不改,改革发展无从谈起。

再次,个人进步难。“为官避事平生耻”。作为公职人员,在勤勉奉献的同时,也会产生自我价值实现的内在需求。不过,追求进步,就得立足本职,奉献于人民,眼里有问题、脑中有思路,手上有招数、脚下有路子,把大事办好、急事办妥、难事办成,不断实现自我超越,努力赢得人民群众的信任和支持。相反,一些人信奉“千里来当官,只为吃和穿”“当官不发财,请我都不来”,对政治进步、事业成就没感觉,得过且过不想干事,心态失衡不愿干事,怕承担风险回避干事,能力不足不会干事,投机取巧却弄巧成拙,以至于徒劳无功甚至南辕北辙,既对不起党和人民,也对不起职位和职责,群众不高兴,组织不满意。在如今“能者上、平者让、庸者下、劣者汰”的语境下,这类干部不仅得不到提升,甚至会被迫挪“位子”、丢

“帽子”。至于个人搞歪门邪道、弄虚作假等,因一念之差铸成大错,一旦东窗事发,还将会受到追究,一失足成千古恨。

做“正确的事”,虽可能会慢出成果,甚至长时间难出成果,但坚信“事不避难者进”,立足长远,矢志不渝,总有一天会水到渠成、瓜熟蒂落。做“不正确的事”,注定一步错步步错,后患无穷,未来的路越走越艰难。既然如此,就应该坚决摒弃心态“佛系”、状态“躺平”、工作“摆烂”、“宁可不出彩,但求不出事”等“不正确的事”,横下一条心,坚决破除私心杂念,抛开小算盘,怀为民之心,存担当之勇,有务实之法,立不懈之志,不怕事、不躲事、敢扛事,化难为易、化危为机,说不定能“踏平坎坷成大道”,迎来“柳暗花明又一村”。



直播间里“家人”成“韭菜”得好好管!

郑明鸿

当下,直播间购物已成为不少人的日常,但直播间里的“家人”,却成了某些商家和主播眼中可以任意宰割的“韭菜”。虚假宣传、价格欺诈、质量隐患……不仅侵害消费者权益,更动摇直播市场的诚信根基,破坏行业生态,亟待整治。

“全网最低价”“血亏补贴”等话术时刻挂在嘴边,名曰福利实则陷阱,消费者既交“情感税”、又交“智商税”;营造“物美价廉”假象,看上去很美好,实则售假贩劣,买回去很糟糕;顶着“神医”名号售卖“神药”,夸大产品功效,专门诓骗老年人,直播间变“坑老间”……各种涉直播带货的违法违规行径花样繁多,网友直呼“套路太深、防不胜防”。

国家市场监督管理总局的统计数据直观反映了问题的严重程度。2024年,全国市场监管部门共接收直播带货投诉举报40.2万件,同比增长19.3%。为促进

行业规范发展的首要抓手在平台和主播。要夯实直播电商平台的主体责任,切实扭转“重流量轻质量”的导向。对入驻平台的商家、主播等,应进行严格的资质审查;利用技术手段,加强对直播内容的事先、事中审核监测,一旦违规,立即采取下架商品、暂停直播和永久封禁账号等分级处置措施;健全售后服务体系。商家和主播也要意识到,不论线上线下,不能下单前还把消费者当“家人”,下了单就当“韭菜”,只有实实在在卖好货、做好服务,才是长远之计。

破局之道,还在保持利剑高悬。监管部门要进一步加大执法力度,依法严惩违法违规行径,要将屡错屡犯的商家和主播列入黑名单。据悉,国家市场监督管理总局正在牵头起草《直播电商监督管理办法》,近期将向社会公开征求意见。同时还要创新监管模式,有效消除监管盲区,跨区域、跨部门信息共享和执法联动,形成监管合力。

诚以安身立业,信以行稳致远。政府严监管、平台真负责、商家重诚信,直播经济才能真正成为促进消费的助推器。

老旧小区建充电桩办法总比困难多

凌波

近日,在鄞州东钱湖镇仙桥小区内,一排崭新的公共充电桩指示灯不停闪烁。居民何先生熟练地插上充电枪,手机扫码完成操作,不到一分钟便启动充电。“现在回家充电既安全又省心。”他说。这是宁波首个“统建统服”模式充电桩项目,有效破解了长期困扰老旧小区居民的充电难题(5月13日《鄞州日报》)。

随着新能源汽车的保有量不断增加,充电桩成为当下急需的“社区新基建”。然而,在“先天不足”的老旧小区,由于缺少停车位,小区供电设施陈旧、容量有限等原因,缺“桩”困境显著,许多新能源车主或多或少有“充电焦虑”。像在仙桥苑小区,148辆新能源车,因为配电变压器落址困难、内部接电无管廊或者通道受阻等,不具备在自有或租用停车位建设充电桩的条件,无法实现“家门口”充电。

于是,在不少老旧小区,一些居民无奈用“飞线”给新能源汽车充电,带来安全隐患。破解

势在必行。

行业规范发展的首要抓手在平台和主播。要夯实直播电商平台的主体责任,切实扭转“重流量轻质量”的导向。对入驻平台的商家、主播等,应进行严格的资质审查;利用技术手段,加强对直播内容的事先、事中审核监测,一旦违规,立即采取下架商品、暂停直播和永久封禁账号等分级处置措施;健全售后服务体系。商家和主播也要意识到,不论线上线下,不能下单前还把消费者当“家人”,下了单就当“韭菜”,只有实实在在卖好货、做好服务,才是长远之计。

破局之道,还在保持利剑高悬。监管部门要进一步加大执法力度,依法严惩违法违规行径,要将屡错屡犯的商家和主播列入黑名单。据悉,国家市场监督管理总局正在牵头起草《直播电商监督管理办法》,近期将向社会公开征求意见。同时还要创新监管模式,有效消除监管盲区,跨区域、跨部门信息共享和执法联动,形成监管合力。

诚以安身立业,信以行稳致远。政府严监管、平台真负责、商家重诚信,直播经济才能真正成为促进消费的助推器。

老旧小区缺“桩”难题,不仅考验着城市治理者智慧,更直接关系到居民幸福指数。

实践证明,办法总比困难多。“统建统服”模式,为破解老旧小区缺“桩”难题,提供了新解法。由专业机构负责投资与运维,地方政府和供电部门政策推动,小区业主和物业出场地,多方协作建设充电设施,统一建设、统一运营、统一服务。最关键的是,供电部门技术赋能,依托智慧能源平台,实时监测设备状态,并动态调节充电功率,实现“一桩多车”分时共享,使车主在“家门口”以低成本充电成为可能。

这一模式,为老旧小区充电设施建设提供了可复制的经验。目前,鄞州有10多个小区同步推进该模式,预计年内将建成1000个充电接口。按计划,至年底该模式将覆盖鄞州所有老旧小区,惠及超万户家庭。

面对不断增长的新能源车,老旧小区建设充电桩设施,没有一套万能解题模板能够照搬照抄,但只要社区、物业、居民劲往一处使,因地制宜,解题思路总能不断更新。

漫画角

图乐呵

在快节奏的现代生活中,许多年轻人越来越关注自己的情绪。买一个玩具,看一场演出,花钱让自己开心。《2024中国青年消费趋势报告》显示,近三成受访年轻人会因为“情绪价值疗愈身心”而进行消费,“千金难买我高兴”成为很多人的消费理念(5月13日央视新闻客户端)。

陶小莫 绘



公共道路车位装“智能地锁”让管理变了味

木须虫

福州市民张先生是“益心为公”志愿者,他发现,2024年以来,福州1000多个公共道路泊车位被装上了一种黄黑相间的智能翻板,超出免费停车时长后智能翻板会自动升起锁车。张先生提出质疑并向有关部门投诉。5月12日,张先生收到福州市城管委的告知书,运营公司被责令改正并罚款(5月13日澎湃新闻)。

公共道路泊车位安装“智能地锁”,看似提升管理效率,实则折射出城市治理理念的偏差。汽车驶

入车位后地锁自动降落,超时未缴费便无法驶离,这种“锁车即收费”的模式,将公共资源的分配异化为经营资源的变现。

“智能地锁”的推行者声称,此举旨在解决“僵尸车”占位问题,但技术手段的刚性远超实际需求。事实上,限时免费、超时阶梯计费已是多地成熟的管理模式,实践证明,柔性手段足以平衡车位周转与市民需求。而该运营公司以“一刀切”的地锁,将公共资源变为强制消费场景,甚至在未获审批的情况下擅自施工,暴露管理思维的简单粗暴——用最低成本的技术

取代公共治理的智慧,用强制收费掩盖服务缺失。当管理部门将公共资源运营权外包给企业,又放任其以技术之名行垄断之实,公共道路泊车位的公益属性已然变了味。

市民的反感还源于地锁对停车行为的“预设故意”。合法合规停车的车主与违停者本应区别管理,地锁却将所有人预设为潜在违规者,用机械障碍取代信任基础。这种管理方式不仅抬高了市民的时间与心理成本,更透支了城市管理的公信力,加剧相互的心理隔阂。反观其他不少城市,通过信用积分、动态定价、电子围栏等组合手段,既保障

了车位周转效率,又未将技术异化为压迫工具。管理水平的差距,本质是对“人”尊重程度的差异。

公共道路泊车位的本质是服务市民出行的临时设施,收费仅是调节供需的辅助手段。一旦技术手段背离服务初衷,治理便沦为与民争利的表演。福州市城管委作出处罚决定,虽及时纠偏,但亦需反思:在智慧城市建设的浪潮中,技术工具应服务于治理理念的升级,而非成为管理部门逃避责任的遮羞布。唯有将民生视野嵌入管理逻辑,才能让技术真正赋能城市,而非制造新的矛盾。

“深圳最大瀑布”遭吐槽: 景区宣传别让游客“看笑话”

吴睿钧

近日,有网友发帖称,他们前往深圳马峦山郊野公园的马峦山瀑布打卡,发现现场挂有“深圳最大的瀑布”提示牌,但实际上瀑布水量很小。5月12日,记者从景区管理部门了解到,该瀑布水量最大是在六七月的雨季。深圳市规划和自然资源局坪山管理局工作人员表示,“深圳最大瀑布”只是景区的宣传,它并不是深圳最大的瀑布(5月13日上游新闻)。

过去,类似事件也不少见。曾有景区宣称坐拥“亚洲最大人工湖”,游客抵达后却发现湖面面积“缩水”、水质浑浊;号称“世界最长玻璃

栈道”的景点,实际长度远不及宣传,且沿途景观之善可陈;有景区宣传“千年古树”,结果游客发现“古树”不过是新栽的树苗……这些案例折射出旅游行业的通病,宣传与实景的巨大鸿沟,不仅浇灭了游客的无限期待,损害了消费者的切身利益,更透支了景区的品牌信誉。

马峦山瀑布的宣传引发争议,本质是因对“最大”概念的模糊界定与刻意夸大。即便雨季水量充沛,其他时段的干涸状况也与“最大”标签严重不符。景区明知瀑布的季节性特征,却仍坚持使用误导性表述,暴露出其短视——为短期引流忽视长期口碑,这种行为无异于饮鸩止渴。

在旅游市场竞争白热化的当下,部分景区为争夺客源,过度依赖夸张的宣传噱头,试图用“最”“第一”等字眼制造流量。同时,宣传策划环节缺乏科学评估机制,既未对景区资源精准定位,也未充分调研游客真实需求,导致宣传沦为脱离实际的自说自话。

作为游客,在旅游过程中的体验和感受是最重要的,倘若景区的宣传与实际相差甚远,便易感到被欺骗,从而对景区产生负面印象。这种负面印象不仅会影响游客的再次光顾,还可能通过网络等渠道传播,影响其他潜在游客的选择。扭转这一局面,需要多方协同发力。景区层面,应建立“实景先

行”的宣传原则,在策划前对景观资源进行专业评估,采用动态化宣传策略。例如,针对马峦山瀑布,可在宣传中注明“雨季观赏最佳”,并附不同时段的实景对比图,让游客形成合理预期。管理部门则需完善监管细则,对夸大宣传行为设立明确处罚标准,建立“红黄牌”警示制度,倒逼行业规范发展。

旅游宣传的本质,是建立游客与景区之间的信任桥梁。唯有摒弃虚假营销,回归真实体验,才能让游客乘兴而来、满意而归,真正实现景区可持续发展。否则,类似“最大瀑布”的闹剧,终将成损害行业形象的反面教材。

打造更多既有规模又有质量的农业产业强镇

徐根凯

2025年中央农业产业融合发展项目名单近日发布,宁海长街镇凭借得天独厚的蛏子产业优势和坚实的基础,成功列入国家农业产业强镇创建名单。此前,我市象山定塘镇、海曙古林镇、余姚河山镇已被认定为国家农业产业强镇(5月12日《宁波日报》)。

农业产业强镇是乡村产业振兴的核心载体,对壮大县域经济、带动农民增收、激活乡村动能具有关键支撑作用。国家农业产业强镇,正是各地以产业“强镇”撬动乡村“振兴”的缩影。

近年来,我市各地锚定特色资源,做足“土特产”文章,成效显著:象山定塘镇依托万亩柑橘打造全产业链,2024年产值5亿元;海曙古林镇以葡萄产业带动超80%农户参与,年综合产值3.2亿元;余姚河山镇榨菜产业覆盖全国20余省市,品牌价值超6亿元;宁海长街镇蛏子养殖面积2.33万亩、全产业链产值4.77亿元……这些“一镇一品”的实践证明,特色产业规模化、链条化发展,正成为乡村振兴的强力引擎。

产业要强,需在“特”字上深耕、在“质”字上突破。壮大县域富民产业,本质是推动产业从“量”的扩张转向“质”的跃升。长街镇以蛏子为核心,贯通

种苗繁育、加工物流等全环节,正是通过对“特”的聚焦实现“质”的升级,唯有将地域资源转化为技术、标准、品牌优势,才能让产业既具备规模底气,又拥有市场竞争力。

反观部分地区产业“小散弱”困境,根源往往在于产业链条短、品牌溢价低。有的地方盲目跟风扩规模,却在种苗研发、精深加工等“卡脖子”环节止步;有的空有产量优势,却因标准化缺失、营销渠道单一,陷入“丰产不丰收”怪圈。做好“土特产”文章,必须在精品化培育方面下足功夫,从良种繁育的“芯片”突破,到加工增值的“链条”延伸,再到品牌塑造的“形象”升级,每一环都需用绣花功夫打磨。

农业产业强镇建设,是资源要素向乡村汇聚的过程。从中央财政奖补支持现代种业、科技创新,到地方通过项目补链强链,再到市场主体主导标准化与品牌化,各地正构建“政策引导、科技赋能、主体发力”的协同模式。在这种模式下,产业既能在规模化发展中筑牢根基,又能在质量提升中抢占先机。

各地当以“特”破题、以“链”聚势,打造更多既有规模体量又有科技含量,既有地域特色又有市场口碑的农业产业强镇。唯有让产业真正强起来,才能让乡村振兴活起来、农民日子富起来,为乡村振兴绘就更生动的图景。