

过紧日子需捋清的几个问题

陆 仁

日前，修订后的《党政机关厉行节约反对浪费条例》再次引发热议，“明州论坛”专栏对此亦有评论。党政机关带头过紧日子，既是赓续艰苦奋斗传统的必然要求，更是优化资源配置、增进民生福祉的长远之策。如何让过紧日子成为一种自觉，实现从“被动约束”到“主动作为”的转变？有几个问题，必须先捋清楚。

一问：过紧日子是权宜之计吗？答案当然是否定的。过紧日子绝非“勒紧裤腰带”的权宜之计，而是关乎执政根基的政治自觉。从井冈山时期的“红米饭，南瓜汤”到新时代的“光盘行动”，从“三大纪律八项注意”到中央八项规定，勤俭节约始终是中国共产党人的精神底色。正如习近平总书记强调的，“过去我们党靠艰苦奋斗、勤俭节约不断成就伟业，现在我们仍然要用这样的思想来指导工作。”《条例》修订，正是将这种精

神固化为制度约束，要求党员干部从思想深处树牢“节用裕民”的政绩观，这与党的优良传统是一脉相承的。修订后的《条例》，是我党面向新时代的“宣言书”——生产力发展了，条件改善了，物质基础丰厚了，我们仍须坚定不移地赓续这种传统。

二问：过紧日子与国家鼓励消费、刺激消费、拉动消费的政策矛盾吗？若抱有这种看法，其实是一种误读，也是站不住脚的。作为拉动经济的“三驾马车”之一，消费一头连着生产，一头连着市场，其地位、作用当然毋庸置疑。同时，也要看到，鼓励消费与党政机关带头过紧日子，两者其实并不矛盾——因为，过紧日子，不是要搞“一刀切”，更不是抑制消费。其导向是，“该省的省”“该花的花”。制度的着力点在于，摒弃形式主义的“材料浪费”、官僚主义的“面子工程”，以及那些违反制度规定的“跑冒滴漏”。把钱花到该花的

地方，是更有意义的消费，也是更有正向拉动效应的消费。

三问：过紧日子会导致民生支出缩减吗？这种担心，是没有必要的。过紧日子，是用政府自身支出的“减法”，换取民生改善的“加法”。过紧日子的根本目标，是让群众过上好日子。比如，近年来，不少地方把省下来的“三公”经费，转化为教育文化、医疗卫生、基础设施建设等领域的真金白银，民生支出得到增长。这印证了“紧政府”与“宽民生”的辩证关系。事实证明，党政机关的“紧”，可以成为撬动民生改善的支点。当各级政府将有限的财政资金，更多地投向急难愁盼领域，人民群众对美好生活的向往，就一定能够得到更好的保障和实现。

四问：过紧日子，对发展条件好的地区而言，尺度可以“松”一些吗？这种认识，显然与中央的一贯要求相背离。《党政机关厉行节

约反对浪费条例》所划定的红线，是一种“硬约束”，无论“落后地区”，还是“先发地区”，都要认真贯彻、坚决执行，一视同仁、不打折扣。在这方面，不能强调特殊，搞“因地制宜”，更不能随意变通，为自己“开口子”。厉行节约，反对浪费，纪律面前“人人平等”，必须“一把尺子量长短”：谁执行得好，就应当得到褒奖；谁违反了规定，就应当受到追究。

过紧日子，考验着治理智慧，更检验着初心成色。答好上述“四问”，有利于更好地贯彻《党政机关厉行节约反对浪费条例》。唯有将“紧”字要求，内化为思想和行动自觉，外化为制度刚性约束，方能更好地书写“节用为民”的时代答卷。



强化工业思维 推动地方小吃破圈

徐根凯

螺蛳粉原是柳州街头特色小吃。近年来，在政策支持、全产业链标准体系建立等多方因素推动下，柳州螺蛳粉从街头走向产业园、从小作坊加工蜕变为工业化生产，带动多个行业快速发展。与此同时，柳州螺蛳粉远销海外，逐步走向全球餐桌(6月3日《工人日报》)。

螺蛳粉的逆袭，不仅是中国美食文化的成功传播，更是工业化思维赋能传统小吃的经典范例。它的走红看似偶然，实则当地政府十年如一日以标准化、品牌化、产业链化为抓手，将“小米粉”锻造成“大产业”的必然结果。这一案例证明，地方特色小吃要想突破地域限制、实现规模化发展，强化工业思维是关键。

柳州螺蛳粉的崛起，依靠的不仅是独特口味或网红流量，更是从作坊式生产转向现代化工业体系的质变。以螺霸王为例，其单日产能达150万包，生产线覆盖30多国，出口额近4000万美元。这背后是从田间到餐桌的全产业链标准体系，包括20万亩原料基地、统一工艺的预包装技术，以及严格的国际贸易合规指引。相比之下，许多地方小吃仍困于手工制作、产能低下，难以突破地域桎梏。螺蛳粉的实践表明，只有通过工业化解决标

准化和规模化问题，传统美食才能获得持久生命力。

地方小吃的产业化离不开当地政府的战略定力。柳州螺蛳粉从入选非遗、扶持实体店到颁发首张生产许可证，每一步都伴随着政策精准护航。例如，柳州成立螺蛳粉产业标准化技术委员会，制定电商生态规划，甚至针对海外市场调整配方以适应欧洲标准。反观某些地区，虽有特色小吃，却缺乏系统扶持，导致产业碎片化。螺蛳粉的成功启示我们，地方政府需扮演“产业设计师”角色，通过制度创新破除发展壁垒。

螺蛳粉的出圈不仅依赖工业能力，更在于其巧妙嫁接传统文化与现代消费趋势。“好欢螺计划”推出“环球美食之旅”，螺霸王针对海外市场缩短烹饪时间，均体现对文化差异的敏锐洞察。尽管初期消费者以华人为主，但通过本土化改良(如降低辣度、适配清真标准)，逐步打开了欧美市场。这提醒我们，地方小吃全球化不能“一招鲜”，而需在保留特色的同时主动适应多元需求。

柳州螺蛳粉的经验，本质上是工业思维对传统小吃的重塑，其意义远超美食本身，更为乡村振兴、文化传播提供了思路。其他地方若想复制，或许该先问一句：我们是否做好了用工业逻辑重构传统产业的准备？



游客质疑接驳费不合理，回应不能顾左右而言他

关育兵

短短2公里路程，每位游客收取10元接驳费，三亚南山景区这一收费行为在社交媒体引发关注。面对公众质疑，相关部门的回应却陷入“顾左右而言他”的怪圈：大谈停车场与游客中心的距离、接驳车的市场化运营模式，唯独对收费标准制定依据、成本构成等核心问题讳莫如深(6月4日澎湃新闻)。

公众真正在意的，从来不是是否拥有徒步前往景区的选择权。在旅游消费场景中，游客购买的不仅是门票，更有包含交通、服务在内的完整体验。景区将停车场与入口

刻意分隔2公里，再以市场化之名收取高额接驳费，本质上是利用信息差与空间阻隔，将公共资源异化为商业牟利工具。相关部门用“游客可自行前往”作为挡箭牌，就是对“服务便民”原则的背离，更是对游客知情权的漠视。

接驳车绝非普通市场商品，其作为景区基础设施的延伸，天然带有公共服务属性。杭州西湖景区的实践便是鲜活例证：将接驳服务纳入公共服务体系，提供免费游览车后，游客满意度提升，旅游综合收入不降反增。这印证了公共服务优化与商业效益提升并非零和博弈，而是可以实现双赢的良性循环。反

观南山景区，机械套用“市场化”概念，却忽视了公共服务属性的底线，既违背行业规范，也动摇了游客对景区的信任根基。

南山景区的回应，暴露基层治理的深层积弊。在数字时代，公众诉求已从“有没有回应”转向“回应是否有效”。数据显示，有相当比例的无效回应存在答非所问、避实就虚的问题。这种“程序正义”表象下的实质缺位，是一些部门将“接诉即办”异化为文字游戏，将回应等同于“免责声明”。某地景区曾因摆渡车收费争议给出模糊回应，最终导致游客量骤降、口碑断崖式下跌，这样的教训不可谓不

深刻。

破局之道，在于构建权责清晰的治理体系。文旅部门应建立严格的景区收费备案与成本监审制度，对涉及公共服务属性的项目强制执行价格听证，让收费标准在阳光下运行；将公共服务质量与景区评级直接挂钩，倒逼企业重视公共服务投入。同时，完善行政回应考核机制，将“问题解决率”“群众满意度”纳入评价体系，建立“投诉—调查—整改—反馈”的闭环管理。唯有以真诚态度直面公众关切，在商业利益与公共服务间找到平衡点，才能彰显文旅行业的公信力，让景区真正成为承载美好体验的所在。

莫让“儿童食品”营销游戏伤害儿童

丰 收

儿童食用油、儿童饼干、儿童水饺……市面上，标注或通过包装设计与儿童相关联的食品，大多分量更小、包装更萌、价格更高。不少家长愿意购买“儿童食品”，认为“更安全、更健康、更适合给儿童食用”。实际上，从配料和成分看，大多数产品与普通食品无差异。有的“儿童奶酪”等产品，还添加了更多的香精、着色剂、增味剂等食品添加剂(6月3日《人民日报》)。

儿童是家庭的宝贝，也是国家的花朵。如今我国家庭普遍重视儿童饮食健康，表现之一是为儿童购买、使用“儿童食品”。然而，面向3岁以上儿童的“儿童食品”(不含特殊医学用途配方食品)，在营销方面是否存在违规操作？从实际情况看，确实有很多“儿童食品”在玩营销游戏，给普通食品“穿”上“儿童食品”外衣，来“骗”家长的眼睛，获取更高的销量和利润。这已涉嫌虚假宣传，需要引起高度重视。

商家之所以用普通食品冒充“儿童食品”，一个重要原因是我国尚未对3岁以上儿童食用的食品制定专门的食品安全标准，现行食品安全法律法规和标准中，也没有“儿童食品”的概念和定义，“儿童食品”完全是商家制造出来的概念营销。而过多添加食品添加剂，则是从色香味方面让3岁以上儿童

喜欢、“上瘾”，以扩大产品销量。由于儿童处于生长发育阶段，若过度食用存在健康风险。

有专家指出，过度食用食品添加剂可能对儿童产生多种危害，像影响智力发育、增加过敏风险、影响食欲和消化功能、导致龋齿、潜在致癌性等。即便“儿童食品”中的食品添加剂符合食品安全国家标准，但如果儿童经常食用、过度食用就有健康风险。因此，无论是普通食品冒充“儿童食品”宣传销售，还是某些“儿童食品”的食品添加剂过多，都应当予以整治。但由于没有明确“儿童食品”的定义和具体监管要求，监管缺乏法律支撑。希望立法环节以问题为导向，尽快填补“儿童食品”法律和监管空白，以保护儿童健康。

令人欣慰的是，国家市场监督管理总局近期发布的《食品标识监督管理办法》在“儿童食品”监管方面有明显进展，即明确规定：“没有法律法规、规章、食品安全国家标准或者行业标准依据的，食品标识不得标称适合未成年人食用，欺骗、误导消费者”。另外，行业协会等发布的《儿童零食用要求》团体标准，对规范儿童零食也有积极作用，是否升级为国标，值得考虑。

鉴于《食品标识监督管理办法》2027年才正式实施，眼下有必要依据现行《广告法》和食品安全标准对普通食品以“儿童食品”名义销售、部分“儿童食品”含过多食品添加剂等乱象进行治理。

给涉嫌性骚扰的教师“留口饭吃”为何没人领情

苑广阔

6月3日，安徽芜湖多名网友向记者反映，因猥亵、性骚扰女生受到处分的安徽师大男教师朱某某，如今在校保卫处工作。据安徽师大纪发(2019)1号，朱某某有多次猥亵、性骚扰女生行为，决定给予朱某某开除党籍处分，并建议行政上给予相应处分。而在2023年另一份关于保卫工作的文件中，朱某某为安徽师大联系人。该校纪委办处室的工作人员回应称，朱某某的工作安排已向相关部门报告，目前仅仅是在保卫处做些文字工作，“等于学校给他留口饭吃”。此事引发争议(6月4日澎湃新闻)。

朱某某因多次猥亵、性骚扰女

学生，于2019年被开除党籍并降职，后来竟被调至学校保卫处担任联系人。虽然校方称朱某某仅从事文字工作，且人事关系挂靠在人才交流中心，是“给他留一口饭吃”，但网友的质疑合情合理——一个曾有性侵害行为的教师，何以被安置在维护校园安全的岗位上？该校的解释不仅难以服众，更暴露了师德监管的严重漏洞。

保卫处的职责是守护校园安全，尤其是保护学生免受侵害。然而，安徽师大却将一名曾利用师生关系实施猥亵的教师调至该部门，即便只是从事文字工作，仍极具讽刺意味。校方称朱某某“文字功底不错”，但文字能力绝非任用师德败坏者的理由。倘若

学校真需文职人员，大可从校外招聘，而非冒险让一名有性骚扰前科的教师继续留在校园。更令人担忧的是，保卫处的工作性质使其可能接触学生信息，甚至间接影响校园安全事务。

朱某某的猥亵、性骚扰行为已涉嫌违法，若查实应依法惩处；若未构成犯罪，其行为也严重违背师德，理当清除出教育行业。社会并非不给人改过自新的机会，但高校作为育人重地，必须将学生权益置于首位。朱某某完全可以在校外另谋职业，而非继续留在可能接触学生的环境中。校方的“照顾”，不仅是对受害者的二次伤害，更传递出对性骚扰行为变相纵容的信号。

《新时代高校教师职业行为十

项准则》规定，教师不得对学生实施性骚扰或任何形式的侵害。教育部也多次强调，对性侵害未成年人的教职人员应终身禁业。尽管大学生多为成年人，但师生权力不对等的关系仍使其易受侵害。安徽师大的做法，显然与“零容忍”的师德要求背道而驰。若高校对劣迹教师“网开一面”，不仅损害学校公信力，更可能助长类似行为，形成恶性循环。

校园应是安全、纯净的育人场所，而非师德失范者的避风港。安徽师大需重新审视这一安排，并向社会作出合理解释。其他高校也应以此为戒，严格师德考核，完善监管机制，确保类似事件不再发生。