

敢于向“惯例”说不

张晨怡

省委副书记、市委书记王成在市委十四届九次全会暨市委经济工作会议上强调，“凡事讲惯例，本质上就是惯性思维、惰性思维”。当前，改革发展进入深水区，新情况、新挑战层出不穷，但一些干部仍习惯于“循惯例”，遇到新问题，不假思索地翻找“旧方案”；面对新形势，条件反射般地走上“老路子”。对于探索新方法、开辟新路径则顾虑重重，宁愿平庸也不愿冒创新的风险。这种“因循守旧”的表现，实质上是缺乏担当、不愿作为的体现。

为何“循惯例”成为一些干部的“舒适区”？究其根源，既有思想上的惰性——创新意味着投入更多精力调研思考，而“循惯例”则省心省力；也有心态上的顾虑——探索新路径可能要承担风险，而“按惯例办事”即使出错也能以“历来如此”为由搪塞。这种“宁可不做、不可做错”的思维，最终往往导致“虽然没错、但也没用”的结果。

进入新发展阶段，惯例的“保质期”越来越短。人工智能、数字经济、生物科技等前沿领域每天都在重塑规则，产业格局、社会形态、治理模式随之发生深刻变革。如果事事都要找“先例”，处处都要看“惯例”，就会错失发展机遇，在新一轮竞争中陷入被动。

历史是最好的教科书。大革命失败后，毛泽东同志打破当时通行的“城市中心暴动”惯例，创造性提出“农村包围城市”的革命道路，这是中国革命史上一次伟大的思想解放和实践创新。宁波作为改革开放前沿阵地，其发展历程本身就是一部突破惯例不断开拓创新的生动实践史——从唐宋时期的“海上丝绸之路”重要港口，到如今宁波舟山港货物吞吐量连续17年位居全球第一；从改革开放初期破除思想藩篱大力发展战略经济，到如今成为国家级制造业单项冠军之城；从全国首创“工业社区”服务模式到率先以产业链党建引领产业集群发展……这些成就，正是一批批干部敢于突破惯例、勇于开拓创新的生动写照。

没有创新，就没有突破，没有突破就没有未来。让干部敢于“换新鞋、闯新路”，就要营造鼓励创新的制度环境：健全容错纠错机制，细化“三个区分开来”的具体情形，为真正敢闯敢试的干部撑腰鼓劲；完善考核评价体系，把解决新问题、取得新突破作为重要指标，让创新者有舞台、实干者得实惠；加强能力建设，帮助干部更新知识结构、提升专业素养，增强驾驭新形势、解决新问题的本领。

打破“循惯例”的思维定式，需要每一名干部自觉成为改革的参与者、创新的实践者。只有在思想上破冰，行动上才能突围。当我们每个人都敢于走别人没走过的路，敢于做别人没做过的事，宁波这座城市才能在高质量发展的道路上走得更稳、行得更远。

董宇辉卖皖西麻黄鸡引质疑：
直播间当有真实、敬畏、责任

丁慎毅

近日，安徽省六安市麻黄鸡产业协会发布声明，对某电商平台上“与辉同行”直播间带货的“百食轩83.3元三只皖西麻黄鸡”提出质疑，称经对皖西地区麻黄鸡主要养殖供应主体开展全面摸排与核实，暂未发现向相关经营方供应过货源，双方无采购往来记录。皖西麻黄鸡养殖周期在500天以上的，单只养殖成本超150元，每年不超过2万只。1月14日，“与辉同行”客服称，目前已没有皖西麻黄鸡在售（1月14日界面新闻）。

六安市麻黄鸡产业协会的一纸声明，说出的不只是某一场直播的选品疏漏，更是整个直播电商在“流量盛宴”下的信任裂痕。

这不单是“与辉同行”的事，也不是董宇辉一个人的课题。从“阳澄湖大闸蟹”年年打假，到“五常大米”遍地开花，再到如今对皖西麻黄鸡品种的质疑，似乎在重复同一个故事：地方好物被流量盯上，包装成“助农”“原产地”的模样，摆上直播间，卖向全国，却在溯源环节悄然“失联”。当直播间喊出“三只不到一只价”时，真实的逻辑已被击穿。消费者买的或许不是鸡，是“便宜”的幻觉，可最终被辜负的，是那些守着周期、守着标准、守着土地的人。

产品可以下架，但信任一旦下架，就难再上架。六安市麻黄鸡产业协会至今未等来一句回应，运营商含糊其辞，平台悄然屏蔽，这已

不是品控问题，而是对行业规则的漠视，对地方产业的轻慢，对消费者的试探。

2026年2月1日，《直播电商监督管理办法》将施行。这不是“紧箍咒”，而是“安全带”。它要捆住的，是那些靠话术、靠情绪、靠信息差吃饭的野路子；它要护住的，是真正的好产品、好农人、好生态。办法明确平台、主播、机构各方责任，建立双部门协同机制，正是要打破“出了事找不到人”的困局。可制度再密，也需“人”去执行。若平台仍只算流量账，主播仍只顾镜头前的光彩，那再好的规章也会被打折扣。

假作真时真亦假。当直播间里的皖西麻黄鸡可以随便贴标，没有真实的货品、透明的链路、可追溯的源头，再美的语言，也只是海市蜃楼。AI可以审核话术，区块链可以记录溯源，大数据可以预警异常，但技术解不开“良心”的结。真正的透明，是敢把养殖日志、检测报告、供货合同，像商品一样摆上台面；真正的公正，是面对质疑，不回避，不删评，不“已读不回”。

直播电商的初心，应是让山川湖海的好物，抵达每一个家庭。若这趟旅程，靠的是虚构的产地、虚标的品种、虚高的销量、那再快的物流，也难将其送到人心深处。一只鸡的身份问题，不该是难题。它应有名字、有来处、有成本、有尊严。而直播间，也该有它的“身份证”，上面写着：真实、敬畏、责任。

“贵妃出浴”雕像与淫秽无关

谢庆富

近日，西安临潼华清宫景区内的“贵妃出浴”雕像因袒露上半身引发争议。有游客在社交平台发帖吐槽，称设计与中式含蓄审美相悖，可能对未成年人造成不良引导，甚至出现游客“袭胸”“摸腿”等不文明打卡行为。同时，由于雕像上半身袒露，被部分网友认为“不雅观”“败坏社会风气”“有损杨贵妃古典形象”（1月13日《潇湘晨报》）。

不论是出浴后还是入浴前，人们都是不穿衣服的，这是常识。因此，华清宫景区内的贵妃雕像裸露上半身，并无不妥。这尊由著名雕塑家潘鹤创作的雕像，其设计方案当年已通过地方政府文化机构的审核认可，于1991年正式安放在华清宫景区，迄今已有35年。35年来，这尊半裸的贵妃雕像并非第一次被人指责“不雅观”。尽管不断被人“指指点点”，它还是站立于华清宫景区，未被景区撤除。

不过，真人裸体和艺术作品裸体不是一回事。我国古代壁画、碑刻、铜镜等文物存在裸体形象，女性半裸、全裸毫不稀奇，人们并不觉得淫秽。单说“贵妃出浴”，历代名家笔下的“贵妃出浴图”也都艳而不淫。如明代绘画大师仇英的《贵妃出浴图》中，贵妃酥胸近乎全裸，人们看到的不是她“恬不知耻”，而是落落大方的雍容华贵。

艺术是伟大的——对真正的艺术而言，裸体不会让人感觉到色情，只会让人感受到美。裸体雕塑可以展现人体美，这是毋庸置疑的。华清宫景区内的“贵妃出浴”雕像虽然袒露上半身，但是契合入浴、出浴主题，并且是在合适的场合摆放，没有什么不妥。所谓“仁者见仁，智者见智”。心灵纯洁的人看到这尊雕像，看到的、想到的不会是不雅观，而是人性之美。

中华文明具有突出的包容性，保持兼收并蓄的开放胸怀。今天还有国人指责袒露上半身的“贵妃出浴”雕像败坏社会风气，虽然是他们的自由与权利，但也显示他们跟不上时代发展潮流。一百年前，鲁迅先生就在《而已集·小杂感》说：“一见短袖子，立刻想到白臂膀，立刻想到全裸体……中国人的想象唯在这一层能够如此跃进。”一百年后，中国人应积极主动践行凝结着中华优秀传统文化的宇宙观、天下观、社会观和道德观，而不是困在腐朽陈旧的观念中作茧自缚。

“贵妃出浴”雕像与淫秽无关，质疑它的人该歇歇并自我反思。

拓宽思路惠民生

徐川

中国式现代化，民生为大。家事国事天下事，让人民过上幸福生活是头等大事。

党的二十届四中全会提出，“十五五”时期经济社会发展要“以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的”，把“人民生活品质不断提高”作为主要目标之一。规划建议将“加大保障和改善民生力度，扎实推进全体人民共同富裕”作为战略任务和重大举措之一，牢牢把握共同富裕的目标要求，聚焦高质量充分就业、完善收入分配制度、推进基本公共服务均等化等重点任务，部署一批均衡性可及性强的政策举措。规划建议还明确提出“坚持惠民和促消费、投资于物和投资于人紧密结合”，为我们做好惠民工作提供了新的思路和路径。

消费与发展、民生息息相关。消费不振，国内有效需求不足，在一定程度上影响经济高质量发展，其背后隐藏的民生问题更值得关注。正因如此，我国把大力提振消费列为政府工作首要任务。

提振消费是一项系统工程，需要综合施策，其中提高居民消费的意愿和能力是关键。一般而言，影响居民消费行为的主要因素包括收入、财富和预期等。为此，一方面，应持续改善基本公共服务，补齐短板，减轻生育、教育、医疗、养老等负担，减轻居民不确定预期，降低预防性储蓄，为释放消费潜力奠定基础；另一方面，应千方百计提高居民收入，增加财富积累，增强“敢消费、能消费”的底气。规划建议提出“两个同步”，即“居民收入增长和经济增长同步、劳动报酬提高和劳动生产率提高同步”，让更多人对此充满期待。

就业是民生之基。没有稳定的充分的就业，就谈不上收入的增长，民生改善也无从谈起。规划建议将“促进高质量充分就业”放在保障和改善民生的首要位置，凸显这项工作的重要性。当前，经济运行持续承压，特别是随着科技的发展，大量岗位被人工智能替代，由此带来很大的就业压力。兼顾效率与公平，将就业优先战略真正落到实处，需要我们拓宽思路。比如，在改善民生、满足需求过程中，如何想方

法挖掘和提供更多就业岗位，就大有文章可做。

上海在公交领域的做法给人以启示。众所周知，早在多年前，各地已普遍实行公交车无人售票，目的无非是“减员增效”。但在上海，目前一些路程远、人流量密集、起讫点为车站码头的公交线路仍保留售票员岗位，部分业已实行无人售票的公交线路，近些年也重新配备了“乘务管理员”。除了为乘客提供刷卡、扫码、售票服务外，还承担安全提醒、秩序维护、解答询问等职责。此举不仅提升了公交服务的效率和质量，让乘客有更好的出行体验，同时还给许多人提供了就业机会。这是很多地方很难想到和做到的，在笔者看来，其背后隐含的是人民城市为人民的治理理念，体现的是一种民生至上的大格局。

随着人们需求的变化，消费结构向发展型、享受型升级，对公共服务质量、多样性提出更高要求，由此带来一系列新的机会。这种机会，既体现在就业岗位上，也体现在投资等方面。抓住机会，更好地惠及民生，需要我们转变思想

观念，着眼满足人的需求，注重发挥人的作用，在这些方面多些投入和投资。

我们常常讲以人为本，但在实践中，往往自觉或不自觉地以“物”为本，甚至以“资”为本，由此难免见物不见人，造成本末倒置。由于过度讲求经济效益，忽视、漠视甚至损害人的利益的现象时有发生，影响了人们的获得感、幸福感、安全感。体现在投资上，往往比较关注和重视对交通、能源、信息等基础设施及产业平台的投资，而对于人的投资相对欠缺。规划建议提出“投资于物和投资于人紧密结合”，这是理念和思路上的一个重大变化。它体现了以人民为中心的发展思想和惠民生、促发展的鲜明导向，对于更好彰显人的价值，促进人的全面发展，提升人民生活品质，具有重要意义，需要我们在实践中很好地把握和践行。



漫画角

尴尬

最近，“婚礼电子请柬”这个话题冲上了热搜。有网友发现，一些婚礼电子请柬平台把获取访客的浏览记录、转发记录，做成了付费会员服务。只要花钱开通会员就能看到，有谁查看了请柬、看了几次、什么时候看的甚至转发给了谁。有人很气愤地表示，平台这是在售卖自己的隐私（1月12日中国之声）。

陶小莫 绘



杀猪宴遍地开花，规则与文明不能缺席

苑广阔

这几天，从重庆网友呆呆的杀猪宴走红，到湖南株洲网友灿灿的邀约引发上万人响应，再到湖南湘江新区农家小院的欢声笑语，一场场充满乡土气息的杀猪宴，在全国范围内掀起热潮。

这股热浪的背后，是人们对久违年味的向往，对乡村烟火气的眷恋，更是对陌生人之间真诚联结的期盼。然而，热闹之下，规则与文明的缺位风险已然显现，唯有发起者精准规划、政府兜底保障，才能让这场烟火盛宴不走样、暖人心。

杀猪宴的爆火绝非偶然，它承载着超越饮食本身的情感

价值与文化意义。在快节奏的城市生活中，邻里疏离成为常态，而杀猪宴以“共赴一场烟火”为纽带，让素昧平生的人聚在一起烧水切菜、围桌共食，唤醒了集体记忆中的温情。网友踊跃响应、主动助力，本质上是在奔赴一场双向的真诚与温暖，这份纯粹的情感共鸣，正是杀猪宴能够迅速扩大的核心动力。

但热潮背后，隐忧不容忽视。重庆千人杀猪宴曾出现收尾清洁无人问津、游客只顾拍视频的尴尬，暴露自发活动的短板。随着杀猪宴在全国“遍地开花”，数千人的聚集对食品安全、交通疏导、卫生保障等提出

了严峻考验。食材是否合格、烹饪环境是否达标，关乎食客健康；乡村道路能否承载集中车流、停车秩序如何维护，影响活动体验；热闹过后的场地清理、垃圾清运，更决定着活动的可持续性。若这些问题得不到解决，原本喜庆的民俗活动很可能传出不和谐的声音，让善意与温情打折扣。

让杀猪宴持续温暖，离不开发起者的提前规划与合理安排。发起者应提前明确参与方式、招募志愿者分工协作；划定文明边界，倡导游客少拍多帮、餐后清理。这种“有温度更有规则”的筹备，才能让热闹不沦为混乱。

地方政府与职能部门的支持

配合，更是不可或缺的兜底保障。像湖南湘江新区市场监管部门现场抽检菜品的做法，就是为食品安全筑牢防线；株洲村镇两级介入规划文旅方案，就找对了规范引导的方向。政府须大包大揽，关键是做好交通疏导、安全预案、卫生保障等基础工作，同时可借机挖掘本地文化特色，将杀猪宴与非遗展示、农事体验等结合，打造民俗IP。职能部门的精准赋能，能让自发的烟火气变成有序的文化盛宴。

当发起者的诚意、政府的保障、游客的文明形成合力，这场流量盛宴才能超越单一活动的范畴，成为激活乡村活力、传承民俗文化的生动实践。

规避“二次放号”风险是运营商之责

何勇海

“刚换的手机号，我在注册网盘账号时，直接进入了陌生人的账号，里面有别人的家庭照片、工作文档，甚至还有合同扫描件。”北京市民李先生的遭遇，是电信运营商“二次放号”背后诸多隐患的一个缩影（1月13日《法治日报》）。

手机号码资源有限，为促进资源循环利用，根据《电信服务规范》规定，电信运营商可在手机号码注销90日后重新启用投入市场，这部分重新启用的号码被称为“二次号码”。二次放号虽可盘活通信资源，但可能会给原用户带来经济损失，还可能引发一系列法律问题。

对新用户来说，刚启用就可能收到骚扰短信、打来骚扰电话；号码若被前主人的互联网账号占用，新用户便无法注册相关账号，无法享用相关网络服务；若前主人从事快递送餐、房产中介业务，手机号又被标注为恶意营销等，新用户易遭人误解，导致电话接通率低；更可怕的是，有的老赖为薅网货行骗，频繁换号，导致接盘“二次

号码”的无辜用户背锅。

对前主人来说，放弃号码使用时，嫌麻烦不解绑或忘记解绑互联网账号，或解绑有遗漏，就会有个人信息泄露和财产安全受到威胁的风险。如新用户通过短信验证码登录原用户账号，获取原用户的个人信息，甚至通过短信验证码等方式重置原用户的密码，进而进行资金盗刷、恶意透支等违法行为，不仅会给原用户带来经济损失，还可能引发一系列法律问题。

尽管各电信企业客服人员屡屡提醒用户，在手机号销户前对注册的各类App主动解绑。但实际上，规避“二次放号”风险是运营商的责任。在“一部手机行天下”的移动互联网时代，老用户要想换号，就意味着要对所有互联网账号进行“大迁徙”，常力不从心，很难彻底斩断和所有应用的联系。

为此，工信部于2022年7月推出“一证通查”互联网账号的功能，2025年5月又提出，基础电信企业和互联网企业要联合提

供“二次号码换新”服务，可一键解绑历史互联网账号。虽然三大电信运营商上线了“二次号码换新”服务，由用户单独勾选某个应用解绑，或选择一键解绑。但网络应用那么多，由废除旧号的用户自己解绑，“漏网之鱼”在所难免。运营商应与提供互联网应用服务的企业建立共建共治共享互动机制，在清洗前用户电信数据时，同步“一键关闭”前用户捆绑的所有关联应用。

运营商还应完善二次号码服务体系。一是在新用户办理号码入网协议时，履行二次号码告知义务，保障新用户知情权。二是延长电话号码冻结时限，尤其是尚未解绑重要第三方服务的号码更应延长，从90日延至一两年甚至更长。延长时间到后，再全面清除老用户的信息、痕迹，与相关第三方联动解绑各种捆绑账号。

同时，互联网平台对用户解绑、注销相关服务，应避免条件过于苛刻、流程过于繁琐，以避免老用户不解绑就弃用旧号。