

# 注重面子还是里子,考验决策者的政绩观

本报评论员 林琳

街商铺的门面形象,强制要求商户制作更换统一的店铺招牌;老旧小区改造只更新外墙和楼道,对水电暖改造置之不理……8月28日的《人民日报》聚焦形象工程、政绩工程,与基层干部、专家学者等共同分析原因、研究对策。

近年来,在全面从严治党反“四风”的高压态势下,各地的形象工程、政绩工程大为减少,但有些地方依然热衷兴建形象工程,诸如建好的体育馆被闲置,特色小镇建好后无人光顾,斥巨资建大雕塑、大广场、大牌坊、大型旅游观光项目等新闻,不时见诸媒体。

一个地方有一个地方的特色和文化,也需要打造自己的形象和面貌,道路是否平坦、街巷是否整洁、绿化是否充分、公共基础设施是否完备等,这些关系着当地百姓的生活舒适度,也关系着外地人到来的评价。

城市要发展,自然要在方方面面不断改进和提升,也必然涉及一些项目和工程。这当中,有些地方量为入为出、科学规划,把钱花在刀刃上,把事办到百姓心坎儿上,但也有些地方“拍脑袋”决策、大手大脚花钱、热衷打造面子工程等。正因为,人们经常看到,地标建筑拔地而起,重大项目建设如火如荼,迎宾大道气派非凡,城市绿化不时推倒重来。与之

形成鲜明对比的是,路灯时亮时不亮,排水沟一堵再堵,老旧小区脏乱差依旧,等等。

不难看出,在涉及面子的事情上,不少地方往往是不差钱的。而对一些不易察觉的里子问题,一些地方往往是“困难很多”,诸如“财力有限”“牵涉面太大”“周期太长”等。

如此好面子、爱形象,引发的不少问题。面子工程可能伤面子,形象工程可能毁形象,媒体曝光的不少斥巨资打造的形象工程,最终大都波及涉事地方的口碑和形象;面子工程往往会伤里子,如果地方政府把有限的财力投入面子工程,民生工程能够获得的支持自然会减少,于是相关改造、修缮只能一拖再拖甚至遥遥无期;面子工程可能引发地方之间盲目攀比,进而影响更多地方的官风作派和有序发展,有的地方甚至因此掏空家底;面子工程可能潜藏腐败风险,大工程、大项目的招商引资容易让一些官员在廉洁问题上把持不住……

厉行节约、反对浪费,是党和国家高度重视且反复强调的事情,严禁形象工程、政绩工程,相关的规定和态度也很明确。比如,《中国共产党纪律处分条例》明确,盲目举债、铺摊子、上项目,搞劳民伤财的形象工程、政绩工程,致使国家、集体或者群众财产和利益遭

受较大损失的,对直接责任者和领导责任者,要给予相应的处分。不少地方也明确要求,“严禁建设形象工程、政绩工程以及脱离财力可能的项目”。

说到底,一些地方政府和官员对面子工程念念不忘、割舍不下,根源还在思想这块里子。畸形政绩观不除,形象工程不可能偃旗息鼓。所以,重要的还是要敦促领导干部树立正确的政绩观,秉持“功成不必在我”的境界和格局,做让百姓看得见、摸得着、得实惠的好事,而不能只顾眼前、只做显绩显功。同时,要完善对领导干部的绩效考核,注重考核民生保障目标任务完成情况,推动领导干部把为民造福作为最重要的政绩;健全责任追究制度,让领导干部对面子工程的后遗症负责,倒逼其用心存敬畏。

时下,不少城市都在推进城市体检与更新,涉及方方面面的改造、整治和优化,可以说,这是对地方政府和官员政绩观的一次大考。是大拆大建还是精准施策,是注重面子还是注重里子,这些都有待回答。说到底,坚持以人民为中心的发展理念,让百姓过得更幸福,应是各地决策者心中最重要的政绩目标。

## 社评

中国新闻专栏

一些地方政府和官员对面子工程念念不忘、割舍不下,根源还在思想这块里子。畸形政绩观不除,形象工程不可能偃旗息鼓。所以,重要的还是要敦促领导干部树立正确的政绩观,秉持“功成不必在我”的境界和格局,做让百姓看得见、摸得着、得实惠的实事,做为人作铺垫、打基础、利长远的好事,而不能只顾眼前、只做显绩显功。

盲目决策新建6座驿站,建成后大多荒废;盲目铺摊子、上项目,引进一大批高耗能、高污染、高排放的工业项目;为了追求沿

## 买冷饮成买冰块? 我的饮品我做不了主!

郝亚章

据近日央视报道,多家知名饮品店的冷饮中冰块含量过多,饮用体验变差,不同品牌、同一品牌不同店铺的冰块含量标准不统一,且冰块大小不一、形状各异。有的饮品店还拒绝顾客的“去冰”要求,甚至标注“温度不可调整”,还声称是为保证饮品口感,这令不少消费者感到困惑。

一款饮品,通常要经多次配方调整、工艺改进才能上市。一些饮品店认为加冰可以保证饮品口感,实际上并未考虑到千人千味、众口难调。而且,饮品店内的饮品通常都是现场制作而非提前批量生产的,冰块多寡完全可以依据消费者的喜好随机调整。一杯饮料只喝了两三口便发现杯中已全是冰块,这样的体验恐怕很难令消费者满意,也容易给人以偷工减料之感。

饮料加冰,确实能让饮品快速降温并保持较长时间的低温状态,但每个人对冷饮之“冷”的定义和接受度不尽相同,加不加冰、加多少冰,消费者应该是有自主选择权和知情权的。依据消费者权益保护法,消费者享有自主选择商品或者服务的权利,消费者在自主选择商品或服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。

民以食为天,餐饮是公众高频消费的领域,餐饮企业获客看似容易,实则考验着商家的智慧和能力。从原材料的选择和运输,到品类的丰富度、口味的多样化,再到门店环境和服务水准,这些都是决定商家能否立足和发展的关键因素。实际上,如今不少餐饮企业都在有意识地去追求和探索更加精细化的服务——当火锅走出川渝,不少店铺为食客贴心地提供了不辣、微辣、中辣、变态辣等选项;当螺蛳粉走出广西,一些商家适当减弱了配方中酸笋的味道……坚持以顾客需求为中心,是餐饮行业做大做强的重要法宝之一。

冰块可以“凉”消费者的胃,但不能“凉”了消费者的心。8月22日,中国消费者协会发起“破冰行动”,联手中国商业企业管理协会倡议饮品加冰需以尊重消费者合法权益为前提,广大餐饮经营者应尊重消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。期待更多企业和商家能在商品和服务的细节上再多一些人性化一些,进一步提升消费者的好感度、舒适度,从而实现买家与卖家的双赢。

## 期待“终身参观禁令”的警示作用

唐山客

据8月29日《北京青年报》报道,日前,两名游客在成都大熊猫基地参观时,因分别向幼年大熊猫别墅活动场内的大熊猫投喂竹笋、花生,被终身禁止再次进入熊猫基地参观。今年以来,至少已有8人因不文明行为,被终身禁止再次进入熊猫基地、熊猫谷参观,其中有人用自拍杆逗弄大熊猫,有人投喂食物,还有人向大熊猫泼矿泉水。

近年来,旅游监管部门以及相关动物保



## 图说

据《中国青年报》报道,每逢暑假,许多大学生都会选择到驾校学习并考取驾照,可迈进驾校大门,现实往往不如预期的那般“美好”,有时还要承受不少心理打击——教练的“狂风暴雨”式教学。一些年轻人发问:“考驾照一定要花钱换驾照吗?”

去驾校学车时被教练骂得无地自容,估计不少人都有类似的经历。教练简单粗暴地骂人,多数情况下是“怒其不争”,并非恶毒人身攻击,当然也不排除有些教练确实因个人性格、情绪、缺乏耐心等原因而谩骂、贬损学员,个别教练还可能故意对学员严苛以实现“吃拿卡要”。近年来,随着公众驾校变“驾校”的吐槽日益增多,不少驾校已开始反思和提高服务质量。说到底,不论哪种服务业态,都得拼服务、拼体验,尤其是在相关服务并不“只此一家”的情况下。让人们花钱换驾照,确实不是好选择。 赵春青/图 袁潮/文

## 帮孩子找到正确的追星姿势

刘兵

8月29日,中央网信办微信公众号“网信中国”通报了“清朗·2023年暑期未成年人网络环境整治”专项行动第一批典型处置案例。通报显示,专项行动及时发现处置了诱导未成年人无底线追星等不良导向内容,坚决整治部分网络账号利用头像、简介等账号信息引流未成年人加入粉丝群组,组织诱导未成年人参与转发、点赞、签到等应援活动,炒作“现金花”“现金蛋糕”等奢侈应援礼物,以赠送明星演出视频等为噱头诱导违规打赏等行为,近期已累计关闭解散违规账号、群组1800余个。

近年来,关于青少年非理性追星的新闻屡见诸媒体,刷屏控评、互撕谩骂、恶意营销等追星乱象屡被诟病。偶像崇拜无可厚非,青少年以明星为偶像,可以汲取一些力量进而激发自身的努力和成长。然而,由于青少年群体身

心尚不完全成熟,其在追星过程中容易出现价值观的偏差和行为的失控。

比如,一些青少年粉丝把追星作为生活的重心,狂热参与见面会及各种应援活动,频繁打赏艺人,这不仅会对其学业及生活造成影响,而且可能加重自身或其家庭的经济负担;一些青少年粉丝沉迷于想象中的“亲密关系”,将真实情感付诸偶像的虚拟人设,从而忽视了现实生活中的亲情、友情等。

更严重的是,青少年追星日趋“饭圈化”。从现场应援到打广告、顶数据,越来越多青少年追星者已不满足于单纯的文化产品消费,其追星行为日益团队化甚至职业化。诸如为明星花钱“打榜”、刷数据,为相关作品恶意评分等,极易超出社会公德和法律的边界,有的已经涉嫌造假、侵权等违法行为。

青少年追星日趋“饭圈化”背后,往往存在利用粉丝牟利的灰色产业链,青少年是其中最大的受害者——有媒体报道显示,不少在校学生互联网金融借贷案背后都藏着粉丝

应援等追星行为,直播打赏类案件中很多涉案者都是未成年人。此外,在“粉丝后援会”筹措资金的过程中,相关主体的不当行为可能面临构成集资诈骗罪、诈骗罪及侵占罪等刑事法律风险。

引导青少年理性追星,需多方联手。家长应认识到,孩子追星不是洪水猛兽,但须多留意孩子的心理变化,引导其多关注偶像的成长历程和优秀品格;学校也应正视孩子在特定阶段的个性特点、情感需求,既要建立科学的心理辅导机制,也要努力帮助孩子们提高审美素养、树立正确的价值观念;各类网络平台则应承担起相应的主体责任,为青少年营造健康向上的网络环境。

近年来,一些“饭圈”团体在为灾区捐款、资助农村留守儿童、援建乡村图书馆、关爱残障人士等公益项目上有不少作为,并带动更多社会人士参与其中。打造健康、正向的粉丝文化,让其驶入正确的价值航道,是追星的正确姿势,也会赢得社会的掌声和支持。

多方发力。首先,游客应具备文明旅游意识,从管好自己、督促劝阻身边亲友做起,加强自律,远离侵扰大熊猫、拔孔雀羽毛、偷摘珍稀花卉、乱刻乱画等不文明行为。旅游监管部门、行业协会及相关景区则有必要在法律框架内,进一步梳理整合游客失信惩戒机制和文明旅游管理机制,统一对不文明旅游行为的惩戒尺度、范围、时限以及失信修复机制等,推进游客失信惩戒信息共享,确保惩戒的规范性、公平性、同频性,让惩戒取得更好效果。当然,在依法强化事后惩戒的同时,还应强化事前预防和事中控制。这就要求旅游目的地单位、旅游监管部门等把日常工作进一步做深做细做实,充分运用技术手段,提升预警、制止不文明行为的及时性和精准度,强化对游客多角度的警示、教育、引导。只有多管齐下,才能让不文明旅游行为治理工作事半功倍,真正将文明旅游的红线划进更多人心。

## 融媒作品选粹

### 红色信物百年传①火种



在距离天安门19公里的永定河西岸,有一条近千年历史的老街——长辛店。1921年初冬,李大钊、邓中夏、史文彬等早期共产党人手提油灯,和工友们走进了位于长辛店大街祠堂口1号的劳动补习学校。这盏油灯,不仅点亮了长辛店铁路工人们学习知识的教室,更将马克思主义学说照进工人们的心中,见证了100多年前党领导下轰轰烈烈的中国工人运动。

(本报记者 郑莉 赵亮 郝赫 窦菲涛 张冠一 刘儒雅)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《火种 | 红色信物百年传——老物件里的工运故事①》

### 他让卫星在太空拥有完美“舞姿”



吴一凡,是一名卫星姿轨控工程师,“姿态控制保证卫星在天上的朝向,轨道控制则保证卫星的位置。”姿轨控工程师需要从这两方面保障卫星编队的安全与稳定。目前商业卫星除了连接宽带和传输数据外,还在防灾减灾、智慧城市建设等方面发挥作用。卫星姿轨控技术也已呈现模块化、智能化的发展趋势,未来,吴一凡将继续为卫星互联网建设和消除互联网数字鸿沟贡献力量。(本报记者 王群白 至洁 本报实习生 张天琦)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《“手舞”指挥棒,他让卫星在太空拥有完美“舞姿” | 360行之卫星姿轨控工程师》

### 工资有关的那些事儿



近日,“为什么很多公司选择15日发工资”的话题冲上微博热搜。网友们议论纷纷。有人留言自己5日发工资,也有人说每月25日才发上月工资。就有好事的网友依据发工资日期,对单位的好坏进行排序。

这样的排序不一定科学,但就大家的关注度来说,工资确实是不少人都关心的话题。跟工小妹一起,来了解跟工资有关的那些事儿吧。(本报记者 贺少成 董芳辰 付子晴)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《工小妹:如果你这么关心工资,这些一定要了解一下!》

### 徐连龙:创下中国绳缆界“四个第一”



徐连龙,现任青岛海丽雅集团有限公司技术中心副主任,高级工程师,肩负着集团百余种特种绳缆及应急自救产品技术管理与研发。他带头为“科学号”研发的脐带绳,破解了观测数据实时传输的世界性难题,还曾创下中国绳缆界“四个第一”的纪录。(本报记者 杨明清 张婧)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《“xuan”了,工匠 | 徐连龙:创下中国绳缆界“四个第一”》