

科技驱动 跨越鸿沟

新时代 新担当 新作为
大家谈

减到深处是担当

刘同毅

整治形式主义,为基层减负是一个大家关心的老话题。去年以来,从中央到地方精简会议、下发文件数量、考核事项减少等定下硬指标,但基层干部的负担却没有明显的减轻,还是整天忙着迎考评、交材料。为什么基层负担总是减不下来?笔者认为,面对形式主义的顽疾,必须在党员干部中弘扬担当精神,以党员干部的担当作为,破解为基层减负的难题。

“假减负”、向基层“甩锅”等现象层出不穷的原因是多方面的,但一个重要的原因就是缺乏担当精神,无论是召开工作会议、材料报表、督查检查考核,一切以自己方便为要,基层必须配合,而不是将心比心,为基层干部减轻负担。一切以开会、发文、检查“三板斧”为工作路径,是否符合基层的实际情况,是否增加了基层的负担,就没人来思考、较真。只要工作布置了,流程走完了,其他就是“别人”的问题了……这样的工作作风,与整治形式主义、为基层减负相去甚远。

在这个关键时期,尤其需要上级机关的党员干部弘扬担当精神,面对形式主义敢于亮剑,面对矛盾敢于迎难而上,面对失误敢于承担责任,面对歪风邪气敢于坚决斗争的精神;担当,既是一种精神,也是一种行为;既是一种魄力,也是一种境界。真正的担当,不是停留在口号上,而是落在行动中。

整治形式主义,越往深里走,矛盾问题越尖锐。敢不敢担当,考验的是党性;能不能担当,检验的是水平。在使命与责任面前主动请缨、主动担当,迎着困难上、顶着矛盾干,才能真正整治形式主义,才能真正为基层减负。

大观微议

延伸免费教育可先行

汪昌莲

深圳市打造民生幸福标杆不断有创新之举。根据市教育局给市人大代表的建议答复,深圳将探索实施免费教育在当年九年制义务教育的基础上向两头延伸,力争到2025年逐步推进十二年免费教育。在此基础上再逐步向更长年限延伸,加快构建深圳优质均衡的公共服务体系,打造具有中国特色、世界先进水平的现代化教育。

最近几年,每逢全国两会,均有委员代表提到要将义务教育的年限增加。深圳拟探索推进12年免费教育,并再逐步向更长年限延伸,显然是先行先试的示范之举。

近年来,深圳不断完善学前教育与高中教育财政资助政策,目前已有超过

八成儿童入读公办幼儿园和普惠性幼儿园,高中学位也在不断增加。

然而,必须正视的是,深圳推进十二年免费教育的目标,仍不能完全达到“免费教育向前教育和高中教育两头延伸”的要求。近期,与“入园难”相关的新闻频见报端,人们对学前教育的关注度再度高涨。笔者期待,今后的“两头延伸”能够在学前教育方面发挥更大作用。

党的十九大报告提出“幼有所育”“办好学前教育”,加快推进学前教育立法,将幼儿园纳入义务教育,显得尤为迫切。换言之,先行推进十二年免费教育,不妨优先将学前教育纳入,让绝大多数家庭的子女共享“免费蛋糕”,将社会主义的公平正义价值观根植于孩子幼小心灵。

彻底清算网络炫富

何勇海

打开短视频软件,随手滑动几下,就能冒出价值不菲的探店吃播视频,价值五位数的螃蟹、3000多元一份的手擀面、8000元一只的烧鸡……和普通吃播不同,这些视频最大的特点就是“贵”。

在俭朴者是多数,奢侈者是少数的社会现实中,“炫富吃播”利用普通人的猎奇心理吸引人气和流量,之后再通过带货或接受商业广告合作以实现流量变现。据报道,某位拥有千万粉丝的“炫富吃播”,最近三期带货直播的销售额达5.8万元。受众如果浪费精力沉迷其中,其实是在成全他人的生意。

更何况,“炫富吃播”和普通人分享奢侈生活,会不可避免地刺激一些受众

敏感脆弱的神经,在心态失衡下,或对现实生活产生不满,或形成攀比心理,有样学样地享受吃播。实际上,什么样的消费能力就享受什么样的生活,这才是正确的消费观。尤其是,这种炫富视频更会影响心智还没完全成熟的青少年,让他们误认为骄奢淫逸、纸醉金迷才是成功者的标配,继而成为商家的提线木偶。

近年来,网络炫富行为层出不穷,现在到了清算之时。各网络平台应切实承担起社会责任,优化内容展示标准,整治不良拜金主义之风;职能部门应制定完善相关规则,依法依规对网络炫富加以治理,打击黑色产业链,并对攀比炫富的不良风气作出正确引导。

炒鞋市场风险大

史伟叶

近年来,炒鞋之风愈演愈烈,品牌也慢慢从Nike、adidas等国外品牌转向李宁、安踏等国内品牌。李宁球鞋韦德之降了4元,明星鞋白款最初的发行价是1499元,炒到现在已经高达6.66万元,涨幅达44倍。韦德之道9“绽放”以1299元的价格发售,仅过了1天,标价就已经达到3333元。

炒鞋背后的推手往往是多元的,主要有品牌方、鞋贩子、二级市场交易平台等。一双新鞋发售,批量购入的是炒鞋“大佬”,零星购入的是散户。“大佬”由于其对新鞋的垄断,能够操控鞋价,通过自买自卖的方式,造成市场供不应求的假象,再将少部分鞋放到市场中流通,最终高价售出赚取暴利。

事实上,炒鞋的风险很大,即便是鞋圈“大佬”也总有“翻车”的时候。时尚潮流时刻都在变动,谁也难以预知未来哪款鞋会升值热卖。今年3月Nike发售的“死亡之吻”,在最近一个月的时间里降了2千元,让许多花高价囤货的鞋贩子损失不少。

现在,国产运动鞋正在崛起,但“炒鞋热”容易令人对国产鞋产生畏惧。缺少了消费者的支持,国产品牌何谈发展?

为了防范潜在的金融风险,给国内运动鞋品牌营造一个良好的发展环境,市场监管部门应引起重视,采取有效措施杜绝炒鞋乱象。二级销售平台要做好自查工作,利用技术手段增加对卖家异常标价的监测,对于鞋价波动较大的卖家及时作出商品下架或限时封号等处理。消费者要保持理性,不要盲目购买高价鞋,更不要被外界传播的暴利所惑。

微看点

从“工业锈带”到“生活秀带”

《人民日报》:工业遗产不仅承载着工业发展的足迹,也展现着工业文化的独特魅力,因此也是发展工业旅游的优质资源。今天,北京的798、上海8号桥等由旧厂房改造而来的园区,每年吸引着大批游客。还有一些地方利用废弃矿坑打造酒店、把老旧厂房改造博物馆,令人惊艳。人们越来越深刻地认识到,对于老旧厂区,不是一拆了之最简单,而是充分利用最可贵。工业遗产是城市文脉的重要组成部分,是丰富城市肌理、培育人文情怀的资源。2020年6月,国家发展改革委、工业和信息化部等5部门联合印发《推动老工业城市工业遗产保护利用实施方案》,提出要通过推动老工业城市工业遗产保护利用,实现从“工业锈带”到“生活秀带”的转变。我国工业遗产的保护利用迎来了新的发展机遇,期待更多的工业遗产成为文化创意产业的聚集区、文化旅游的热门打卡地,成为传承历史、开展爱国主义教育的基础。

本报记者 易晖 整理

一些乡镇污水处理厂“睡大觉”

《新华每日电讯》:近期,河南等地一些乡镇污水处理厂长期停运、污水处理受阻“最后一公里”的问题被中央环保督察组通报后,引发社会各界热议。污水处理厂长期“睡大觉”“晒太阳”“打折扣”等问题,在中小城镇不同程度存在,在一些农村地区尤为突出,导致设施建成后运行情况不容乐观,污水难以全收集处理。一些污水甚至直接进入河流,对当地生态环境带来影响。污水处理厂长期使用不足,与当地有关部门不作为有直接关系,但客观而言,部分地方政府作为污水处理设施投资建设运营主体,在专业技术、管理水平、经费保障等方面存在一些问题,也需要应对解决。多地基层干部和污水处理厂负责人反映,中小城镇尤其是农村地区污水处理设施近年来加快建设,硬件设施水平普遍明显提升,但在后期运行、日常管理、质量维护上存在困难:一是污水处理设施“吃不饱”,二是污水处理厂“管不好”,三是污水管网和处理设施“管不好”。



话题

新基建对于“数字云南”建设有什么战略意义?5G信号不好是什么原因?如何治理骚扰短信?5月13日,中国移动通信集团云南有限公司总经理葛松海率队做客“金色热线”,就群众关心的热点问题了解答。

量质并重 大力推进5G应用创新

2021年是“十四五”开局之年,云南省将加快新型基础设施建设,这对“数字云南”建设有什么战略意义?

“新基建是数字经济的核心引擎,将充分发挥其叠加效应、乘数效应,助推“数字云南”建设进一步提升速度,构建云南经济社会高质量发展跨越发展的新动能。”

葛松海认为,新基建具有投资、平台、生态三层价值,当前社会各界可能更多关注的是新基建的投资价值,但新基建平台和生态价值空间将更加巨大,应把新基建做为全局性工程,聚焦三层价值系统布局,加快促进云南数字经济的发展。

葛松海说,5G具有基建投资拉动

和应用赋能带动的“双轮驱动”特性,其中投资拉动是量,直接可见;赋能带动是质,需要持续融合创新才能显现。要做到5G量质并重发展,我省应做好三方面工作,一是搭建5G平台和需求平台,形成对外输出5G商业模式的整体能力;二是理顺新基建生产关系;

三是加大力度培养新基建新人才。

“新基建的最大价值在于大数据。”葛松海说,各省都在加速推动数据整合、数据汇聚和数据智能,但还没有一个省份能够成为数据洼地。云南应借助自身优势,抢抓风口,为数据全环节流通创造条件,为打造数据洼地做强基础。

银发服务 帮助老人跨越数字鸿沟

“因为手机应用越来越多,家里老人定的30M的流量不够用了,因为移动公司的业务规则又换不了,遇到这样的情况应该怎么办?中国移动云南公司有哪些方便老年人的措施?”微信公众平台网友咨询。

市场经营部总经理孙超说,虽然老年人与年轻人相比流量需求偏低,但是因为疫情防控线上化的加速,老年人流量需求也在提高,30M的流量确实不够用。不能取消原来订购的流量套餐可能是因为与活动规则有关,但一般情

况下,中国移动云南公司所有的套餐包括流量包都是可以实时订购和取消的,工作人员可以帮助客户落实解决。

孙超介绍,中国移动云南公司面向老年人专门推出了福卡套餐,资费是每个月29元,包含3G流量和120分钟的语音,之所以这样设计是因为移动公司前期针对云南老年人做了调研和访谈,老人们反映大概需求就是每个月平均用3G的流量。对此,移动公司设计了福卡套餐,既能满足大部分老人的需求,资费也比较合适,老年人可以通过网

站、营业厅等多个渠道办理。

“近年来,云南移动大力开展‘银发服务’,让老年群体更好地融入5G时代,享受智能应用带来的便利。”孙超介绍,一是为65岁及以上客户提供了10086优先接入人工服务,老人在拨打客服热线时无需按键,也无需再经过语音提示和数字选择等操作环节便能接入人工客服,由客服人员直接一对一提供咨询与解答服务;二是在各大移动营业厅设置一对一专席服务,由专人指导老年客户操作智能手机、自助设备;三

是推出移动高清盒长辈模式,采用了大图标、大字体,界面更简洁,内容更有针对性;四是云南移动高清盒标配了语音遥控器,采用语音交互的方式,简化了高清盒的功能使用,并能准确识别各种云南方言;五是推出“移动关爱版App”,全面考虑老年用户群体的特点和使用需求;六是对于一些边远山区的村寨提供“爱老”上门服务,结合宽带义诊、小区摆摊、志愿服务等方式,在现场为老年客户提供实名制人网登记、话费详单查询、爱心套餐订购、密码重置等服务。

加快建设 让用户享受稳定5G网络

昆明市民田先生前不久刚换了5G套餐,然而使用情况却不尽如人意。“我现在的中国移动5G套餐使用中就会自动转成4G,上网也经常觉得信号不好。”田先生说,自己住在昆明市官渡区米兰春天小区,晚上在家用手机的时候,信号经常在5G和4G之间频繁切换,感觉花了5G的钱,却没有享受到相应的服务。

针对田先生反映的问题,中国移动云南公司的网络技术人员进行了相应的检测,发现米兰春天小区的5G网络确实非常

差,基本收不到5G信号,技术人员将对小区内5G覆盖方案进行调整,预计6月中旬可以完成5G网络室内覆盖的开通。

昆明市民付先生则因为家里电视机顶盒的事很烦心。付先生说,家里用的移动机顶盒,晚上看电视,看电影会频繁卡顿,因为工作原因没有时间等待工作人员上门检修。

葛松海回答说,截至2021年4月底,云南移动在全省16个州市建成的5G基站超过了1.3万个,初步打造了一张“覆盖领先、布局合理、性能优

越”的5G精品网络,在全国基站建设规模排在第七位。当前,5G基站还在不断的建设过程中,确实会出现室内信号漂移不定等问题,相信随着基站建设力度越来越大,深度覆盖越来越广,客户就能持续、稳定地享受5G网络服务。

对于没有用到5G网络时,套餐费用怎么算的问题,葛松海表示,5G与4G使用的流量是同一个流量,比如说套餐里10G流量无论是使用4G还是5G都是一样的,只是5G速率更快,刷流量的

速度更快一些,云南移动会进一步提升5G网络服务,到今年年底,全省将在乡镇以上,重点行政村都进行5G覆盖,同时在一些商业核心区也会进一步改进和提高5G网络质量。

对于工程师只能白天上门检修,而不少用户因为工作原因白天又不回家的情况,网络部智慧家庭支撑中心项目经理刘传博建议,客户可以在App上尝试检查,如果确实不会操作,可以拨打10086,预约智慧家庭工程师周末上门服务。

需求定位 为客户提供个性化服务

“近年来,骚扰短信的治理力度确实在加强,但是我仍然不断收到骚扰短信,移动公司对于骚扰短信治理有什么措施?”听众吴女士打进电话反映。

网络与信息安全管理部项目经理孔令南说,目前,中国移动已经建立了垃圾短信过滤系统,实现了垃圾短信的集中过滤,并对违法违规和骚扰垃圾短信进行了拦截处理。经过多年治理,中

国移动云南公司在全国垃圾短信举报排名中处于靠后位置,如果客户遇到短信炸弹骚扰,可以拨打10086客服电话办理垃圾短信应急防护服务,申请对端口短信进行屏蔽。同时,建议广大客户安装手机客户端防护软件,对相关骚扰电话和垃圾短信进行拦截处理。

“马上又要放暑假了,孩子一到假期就需要用各种电子产品,云南移动有

没有针对暑假的优惠活动?”听众杨先生打进电话咨询。

孙超介绍,云南移动在寒暑假期间有专门的优惠活动,一是在暑假期间针对青少年客户设置了动感地带49套餐以及5G版的89套餐,可以从语音和流量上满足年轻客户的需求,并且在套餐里还专门设计了面向青年人群的服务,比如可以把网课内容、资料全

部通过云端方式进行加载。同时,暑期还会推出咪咕流量、5G快乐体验等优惠活动,让青少年学习和娱乐相结合;二是云南移动会推出漫游包来满足大家暑期出游的需求,有需要的客户可以改套餐或加购流量包。漫游包和流量包当时办理即时生效,暑假结束后就可以取消。

本报记者 李翕坚

下期介绍
上线单位:曲靖市人民政府
上线时间:5月20日 12:00-13:00
参与方式:
云南广播电视台:
0871-96100 0871-68881890

云南日报、云南网:
http://www.jimbifun.com
收听收看:
云南广播电视台新闻频率(FM105.8、AM576)
每周四12:00-13:00直播

云南日报每周《观点观点》版专题刊载
云南广播电视台公共频道(YNTV-6)每周日22:25《金色热线·追踪》播出
云南网(www.yunnan.cn)每周四同步开播,往期节目滚动展播。

云岭论坛

守住生态保护红线底线

易晖

近期,中央第八生态环境保护督察组下沉昆明市督察,严肃指出昆明市滇池保护治理方面存在的一些突出问题。生态环境部通报了“云南昆明晋宁长腰山过度开发严重影响滇池生态系统完整性”典型案例,引起广泛关注。目前,长腰山片区建筑拆除、面山绿化、植被恢复工作正抓紧推进中。昆明市有关负责人表示,昆明将深刻吸取教训,坚持规划引领,树牢“离湖布局、远湖发展”的思路,坚持以水定城、以水定地、以水定人、以水定产,坚决守住“生态保护红线、生态质量底线、资源利用上线”。狠抓河湖截污,切实提高入湖水质,坚持依法治湖,坚决杜绝督察组指出的问题再次发生。

云南地处边疆,长期以来经济发展压力比较大,各地在利用资源优势加快发展方面自然有迫切的愿望。我省绿色能源、

绿色食品、大健康产业具有明显优势,近年来正集中资源优势全力打造世界一流“三张牌”。但是,“打牌”首先要守好底牌,打“绿色牌”更是要把保护生态环境放在首位,处理好加法与减法、保护与发展的关系,决不能急功近利、因小失大。

面对滇池早已不堪重负的现实,首先要做的是最大限度减少人的生产生活对湖泊的影响和破坏,牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念,让江河湖泊休养生息、自然恢复。如果嘴上说着“保护优先”,现实却越过保护红线,打着康养旗号搞“贴线开发”“与湖争地”,严重破坏滇池生态系统完整性,摧毁山水林田湖草生命共同体,那么,必然付出惨痛代价。

常说“法无禁止即可为”,但在生态环境保护面前,仅仅做到守住法律法规中的红线、底线是不够的,何况,有的法律法

规年久失修,甚至可能已经落后于时代发展,指导实践的作用有限,而这,也恰恰给了一些人可乘之机。因此,当前要紧的,不仅需要尽快完善保护的相关法律法规,铲除灰色地带;同时,更需要按照《云南省滇池保护条例》要求编制出滇池保护规划,让滇池保护有“规”可循。当然,相关职能部门更要做到履职尽责、履职尽责,对违规开发建设问题一经发现,绝不姑息。

亡羊补牢,未为晚也。生态环境保护督察给滇池保护治理上重要一课:环保和发展一样,都是硬道理。对于中央生态环境保护督察组带来的新理念,恐怕还有许多人内人听不懂,那就需要尽快补课,跟上新时代高质量发展步伐。特别对于以前很少听到的以水定城、以水定地、以水定人、以水定产,得认真学习领会。在我看来,简单说就是要以水容量定城市发展规

不良营销必须严管严控

吴清泉

近日,一段粉丝为“打榜投票”狂买赞助商牛奶,并雇佣一群人将牛奶瓶盖一拆一拆,将牛奶倒入沟渠的视频在网上热播。据了解,这样不可理喻的行为与热播的网络综艺节目《青春有你3》有关。

根据节目规则,粉丝们要为喜欢的选手“打投”,就必须购买与节目联名的品牌饮料和奶制品,扫描瓶盖内侧的二维码为选手助力。买得越多助力越多,粉丝所支持的偶像出道的机会就越大。为此,粉丝们疯狂购买了大量的奶制品,但奶制品保质期短,喝不完又转卖不掉,就只能倒掉,于是就出现了“只要瓶盖盖、倒掉牛奶”的荒诞一幕。

事件一经曝光就引起社会极大关注。虽然节目主办方和品牌赞助商已经作出道歉,但这样的行为显然挑战了中华民族勤俭节约传统美德的底线,挑战了大众对企业不良营销的容忍度,挑战

了娱乐节目的价值底线,也挑战了粉丝文化的灰色地带。总之,在这场事件中没有赢家,统统受伤且伤害不小。

首先受伤的是《青春有你3》的粉丝,年轻的心为青春鼓舞,为美好鼓掌,从偶像身上汲取阳光和力量,本来是再正常不过的行为。然后这样的心愿却在档节目中,被带偏,只有为偶像“打投”才是真爱?这样的引导,只会让价值观还不成熟的年轻粉丝陷入迷茫、走错方向。偶像如果是这样来选,那梦想是不是也要靠投机取巧来实现,踏踏实实的路还能走吗?

而参加节目的选手呢,他们的努力和付出,就因为这样的无良营销被一票儿玩完,就因为这样无底线的规则设计被全盘否定。他们本该是站在梦想赛道上,身上有光的正能量的拼搏者,现在却只能默默退出,不仅掉“粉”,还要背负道德指责和职业污点,也很受伤。

倒掉的牛奶,还伤害了几千年守护

勤俭美德的朴素大众,矛头多指向当下一些看不懂的“饭圈”行为。诚然,近年是出现了一些粉丝灰色文化和失当应援现象,一些群体为了自身利益诱导青少年无底线追星,网上组团谩骂、互撕、互黑,甚至肉肉搜索、造谣攻击,废气十足,造成了不良网络文化,很是“毁三观”。面对这样的乱象,国家已经出手遏制和引导,国家网信办部署开展的2021年“清朗”系列专项行动中,明确要求要规范明星及其背后机构、官方粉丝团的网上行为,严厉打击网络暴力,引发网络粉丝群体非理性发声、应援等的行为。

然而,仅仅制止此次事件中粉丝倒奶的行为显然不够,我们更应该看到这一事件背后的推手,板子还应该打在企业和资本为了逐利而进行的不良营销上。一个知名企业,赞助一档偶像节目,本来是以树形象树品牌为主,而他们竟然把应该承担的社会责任和企业道德抛