

■ 一家言

由 蹇谔之风 说开去

□ 李梁

东汉末年,刘备入川占领洛城时,大宴部下,席间对谋士庞统表示:今日之会,可谓乐矣。庞统却说:伐人之国而以为欢,非仁者之兵也。结果刘备闻之大怒,斥令庞统离开酒宴。不久,刘备自觉失言,遂命人将庞统请回,君臣和好如初。在裴松之为《三国志·蜀志·庞统传》作注时,援引东晋文学家习凿齿的言论,称庞统“矫然太当,尽其蹇谔之风”。

所谓“忠言逆耳利于行”,“忠言逆耳听起来让人心里不舒服,但往往是这些不中听的‘谏言’最能切中要害,最能使人们看清问题的本质,让人及时发现不足、改正错误。正如古人所说,‘一人之耳目有限,思虑难周,非集思广益,难以求治。’干部个人再聪明睿智,也赶不上人民群众的智慧。领导干部只有善听谏言、集思广益,才能不断提高自己的修为、提升决策的科学化水平。”

求真务实、敢讲真话,是我们党一贯的优良作风,是严肃党内政治生活的应有之义,也是共产党人应有的政治品格。毛泽东同志一贯坚持提倡讲真话、不讲假话,他反复告诫全党,讲真话,每个普通的人都应该如此,每个共产党人更应该如此。而要想听到真话、实话,首先需要营造讲真话、讲实话的氛围。领导干部有敢听真话的胸襟,闻过则喜、闻过则忧,不斤斤计较,才能实实在在地听到真话。

上世纪60年代初,刘少奇同志到湖南农村调研,刚开口便恭恭敬敬地给乡亲们鞠了个躬。见他亲切得像自家人一样,大家都放下心来,掏起了心窝子。对于党员领导干部而言,抛开面子、放下架子,深入基层一线、走到群众之中,多一点真诚沟通、多一分坦诚交流,准确了解群众最关心什么、最需要什么、最反对什么,才能了解群众所思所盼,从而使工作更加符合群众意愿、体现群众需求。

当然,讲真话需要勇气,更需要策略和艺术。英国哲学家培根说:讲话绕弯子太多令人厌烦,但过于直截了当又会显得唐突。能掌握此分寸的人,才算精通了谈话的艺术。作为领导干部,既要旗帜鲜明讲政治、讲真话,又要把握讲真话的艺术,既要坚持党性、坚持原则,又要掌握策略和方法上的灵活性。总之,讲真话要做到“良药不苦口,如阳光雨露,浸润心田、净化灵魂,如良药治病,药到病除、如沐春风”。

进“谏言”需勇气,从谏更显胸襟。走进新时代、踏上新征程,要成功啃掉前进路上诸多“硬骨头”,比以往任何时候更加需要集中人民群众的智慧,更加需要听取谏言真言。只有每一名党员干部都能学会听、敢于听、乐意听百姓的“谏言”、肺腑之言,才能常怀忧患、砥砺前行,不断纠错防偏、行稳致远。

■ 街谈

绑好 螃蟹券 的监管绳

□ 戴先任

秋风起,蟹脚痒,眼下正是品尝大闸蟹的最佳时间,朋友圈、电商平台各种预售大闸蟹的礼品券供销两旺。但随着蟹券的泛滥,兑换难、蟹券空转的情况时有发生,伤害了消费者权益。

近年来,蟹券备受消费者青睐,不但线上销售火热,线下门店也多有售卖。要做蟹,先发券,不少螃蟹生意成了“零成本”买卖。据媒体报道,商家印刷面值500元的蟹券,以400元价格卖给营销人员,营销人员以500元价格对外出售,有些往往以250元的价格往回收,再以300元的价格卖给蟹券商家。通过印刷、出售、回收、转卖等手段,一只螃蟹没有卖的情况下,通过一张蟹券就能让蟹券商家、营销人员稳赚不赔。这么“赚”的买卖,难免让一些商家见利心动,却也埋下诸多消费隐患。

按理说,螃蟹券的出现对于商家和消费者来说本是件双赢的事。一方面,可以减轻商家销售压力,增加可用资金,还可依据蟹券预售情况灵活调整备货量、销售计划;另一方面,因为携带或送礼方便,螃蟹可随吃随兑,也为消费者提供便利。然而,现实情况却是,蟹券成为消费套路“重灾区”。前不久,中消协发布“双节”消费提示称,在购买大闸蟹方面,消费者尤其要注意防范“螃蟹券”套路。

当然,对商家推出的螃蟹券理应依法禁止皆可不为,不能因为螃蟹券可能衍生出一些乱象,就将其视为不合理存在,对其一禁了之。但对于监管部门来说,亟需加强对推出螃蟹券商家的监管力度,对于存在虚假宣传、无法提货、跑路等行为的商家要依法惩治,确保消费者权益不受侵害。同时,也要保持反腐的高压态势,进一步打压购买螃蟹券送礼的涉腐涉纪现象。

让螃蟹券能够回归商品属性,让无良商家的“如意算盘”落空,既需要商家的诚信经营、合法经营,卖方市场的规范与成熟,也需要消费者能够理性消费,增强防范意识,避免跳进无良商家设下的消费陷阱,更需要买方市场的规范与理性。给“纸螃蟹”系上监管的绳子,加强规范与监管,让螃蟹券回归本身价值,才能避免螃蟹券“张牙舞爪”,从而有利于市场良性发展。

■ 新疆观察

借 数 之力高奏乡村振兴 交响曲

推进内蒙古高质量发展①



□ 白江宏

作为首批国家数字乡村建设试点旗县之一,扎赉特旗上线“兴安盟大米”扎赉特味稻区域公共品牌数字身份系统,为优质稻米配发“一物一码”数字身份证,实现生产环境、生产过程、生产主体多维度管理,打通消费端和生产端数据壁垒,直接带动品牌增值20%以上,让扎赉特“味稻”声名大振、香飘四方。

数字赋能,让原本“藏在深山无人识”的特色优质农产品搭乘互联网快车走向全国,成为示范带动“三农”高质量发展的强劲引擎。扎赉特大米“触网即红”的范例,是农村牧区抢抓数字乡村建设机遇、促进农牧业增效农牧民增收农村牧区变富变美、为乡村振兴赋能的一个生动注脚。

插上数字翅膀,发展蝶转变瞬间。如今

如今在内蒙古,随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合,数字乡村建设呈现出旺盛生命力,数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。内蒙古要实现高质量发展,农村牧区必须实现高质量发展。数字乡村建设为内蒙古高质量发展拓展新空间、厚植新优势。

在内蒙古,随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合,数字乡村建设呈现出旺盛生命力,数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。托克托县通过打造“一码游托县”线上服务平台,着力推动网络文化阵地建设,扎赉特旗利用大数据高效整合信息资源,完善社会治理服务平台,鄂托克前旗用信息化手段把治理和服务连接起来,实现网格一呼、服务即到。数字乡村建设,在点点滴滴改变农村牧区百姓生产生活的同时,也推动着农村牧区高质量发展,推动着农村牧区现代化。无处不在的“数字”,正在改变内蒙古农村牧区现实、引领未来。

没有“三农”高质量发展,就没有整个内蒙古高质量发展。习近平总书记指出:中国要强,农业必须强;中国要美,农村必须美;中国要富,农民必须富。在向第二个百年奋斗目标迈进的历史关口,巩固和拓展脱贫攻坚

成果,全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化,是需要全党高度重视的一个关系大局的重大问题。全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化,必须进行数字乡村建设。数字乡村代表着新的生产力、新的发展方向。数字技术正以新理念、新业态、新模式全面融入人类经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域和全过程,给人类生产生活带来广泛而深刻的影响。数字乡村建设为内蒙古高质量发展拓展新空间、厚植新优势,数字乡村的火焰点亮了农牧民幸福生活。

肯取势者可为人先,能谋势者必有所成。数字乡村建设涉及产业、治理、服务等方方面面,只有多方发力,做好“组合文章”,才能以点带面,全面推动数字乡村发展,把乡村振兴的美好蓝图变为现实。目前,内蒙古受制于农村牧区产业规模化程度不高、基础设施薄弱、专业技术人才匮乏等因素,距离全面实现乡村信息化还有很

大差距。数字技术在乡村振兴中的巨大潜能和叠加效应还未充分释放。

数字化浪潮奔涌而来,不进则退,慢进亦退。对于内蒙古而言,让数字赋能乡村振兴走稳向好、行稳致远,必须加快补齐农村牧区基础设施与公共服务短板,着力提升4G网络覆盖水平,加快布局5G、人工智能、物联网等新型基础设施,强化农村牧区科技创新和信息服务供给,实现数字技术与农牧业深度融合,繁荣发展乡村网络文化,大力推进乡村治理体系和治理能力现代化,筑牢数字乡村的发展基础。

乡村振兴离不开人才振兴。建设数字乡村,既要采取切实可行的措施,吸引高精尖技术人才赴农村牧区就业,重点解决电商专业人员和实用人才、特别是移动互联网、云计算、大数据方面人才缺乏问题,也要加强对广大农牧民的数字化技能和知识培训,让农牧民群众在知数字、懂数字、建数字、用数字中共享数字乡村发展红利。

凡益之道,与时偕行。十四五时期是数字乡村全面布局、重点破局的关键阶段,在数字技术及互联网平台加持下,乡村振兴将迎来更为广阔的前景。抓住用好宝贵机遇,解放和发展数字化生产力,奏响新时代的数字乡村田园交响曲,我们完全有理由期待一个农牧业强、农村区美、农牧民富的幸福图景。

■ 画里有画



打破“天花板”

打破“天花板”,不唯学历不唯奖项,论文不做“硬杠杠”。日前,记者从人力资源社会保障部获悉,历经5年职称制度改革重点任务已完成,27个职称系列的改革指导意见出炉,涉及8000万专业技术人才的职称评定政策迎来多年未有的大调整。

■ 洞见

□ 袁宝年

前不久,哈尔滨遭遇新一轮疫情。就在全城抗疫的同时,部分网友把确诊病例行程编成段子在网上广泛传播,个别网友还对确诊病例“网暴”,进行诋毁、辱骂。

疫情来袭,及时准确流调是迅速找出涉疫风险点、中断病毒传播链条最有效的办法,积极配合流调工作、如实报告行动轨迹是每个人必须履行的义务。于确诊病例而言,他们积极配合防疫工作、为维护公共利益而公开个人行踪轨迹等信息,让渡自己的部分隐私权,理应受到社会的理解和尊重;于公众而言,公开流调信息是为了让其更快更好地进行自我排查和防护,从而提高防疫效率,阻断病毒传播途径。然而,一些人却罔顾确诊病例个人权益,通过仅有的片面的信息去

■ 来论

□ 汪昌莲

独具一格的装修设计,别出心裁的图书陈列,还能喝咖啡、品美食,甚至引入了当下火热的剧本杀……时下,爆款网红书店不断涌现。褪去其精致的外壳,诸多问题也浮出水面:网红书店怎样才能真正俘获消费者内心?网红书店红得快,如何才能红得久?

伴随新一轮消费升级,近两年,各种设计美轮美奂的实体书店又纷纷兴起,有的成为游客们打卡必去的景点,有的成为公众号和朋友圈的“网红”。一些实体书店拼颜值、空间设计上豪华新潮,却陷入“叫好不叫座”的尴尬境地。这些网红书店里的书不再是重点,而是拍照的“道具”,书店则成为人们点缀虚拟社交的一种娱乐消费品。

对于实体书店来说,这些年的日子确实不太好过。高昂的经营成本、凶猛的电商大战,消失的阅读人群,依旧是实体书店头上的大山。特别是网络书店的低价营销,让实体书店难以招架。《2020中国图书零售市场报告》显示,2020年中国图书零售市场码洋规模首次出现负增长。其中,网店渠道保持正向增长,实体店渠道受疫情影响明显,同比下降33.8%。如此语境下,一些地方尝试实体书店突围,但由于辐射区域小,经营手段单一,效果并不明显。

实体书店的优势在于能给读者带来深度的阅读体验。书店有其商业上的属性,只有顾客与书产生的交集越多,价值才会越大。所以,实体

书店的经营困境,不在图书本身,而是经营者的思维方式。不管书店颜值有多高,如果没有系列读书活动,没有丰富的读书体验,也会失去吸引力。

网红书店,不能只有颜值,还需有素养。应通过创新经营模式,吸引更多的读书人走进书店,提高实体书店的市场竞争力,推动书店焕发新的活力。对于书店的发展来说,光卖书或租书,不可能存在竞争力和生命力。未来书店形态将会发生一些变化,专业卖书、租书的书店将会大幅减少,而复合型书店会不断增多。具体来讲,实体书店应探索出一条以学术交流、文化沙龙等为主题的文化创意品牌经营模式,为读者搭建一座可供探讨、分享的开放性公共文化平台。

■ 共有精神家园

天下之本在国 国之本在家

【出处】
《孟子·离娄上》

【原典】
孟子曰:人有恒言,皆曰“天下国家,天下之本在国,国之本在家,家之本在身。”

【释义】
恒,就是常。孟子说:人们有句老话,都说:天下、国、家。天下的根本在国,国的根本在家,家的根本在自己身上。

良好的家风培育人,培育美好的种子,人从家里边把这颗种子又带到了更广阔的领域,影响到更多的人,从而营造出更和谐、更美好的社会风气。这就是“天下之本在国,国之本在家,家之本在身”。

家庭是社会的细胞,家庭文化是中华文化不可分割的有机组成部分,透过家庭之道,不仅能透视一个家庭之兴衰,还能体察一个社会之变迁。每个人都以敬畏的态度做好自己,建设和谐美满的家庭,如此国家秩序才能井然,天下才能太平。

【启悟】

▲家庭的前途命运同国家和民族的前途命运紧密相连。

俗话说“三岁看老,七岁看老”。一个人德行的成长培养,家庭是最基础的土壤。一个国家、一个民族德行的成长,家庭是最基本的细胞。

《论语·学而》中讲:“其为人也孝悌,而好犯上者,鲜矣;不好犯上,而好作乱者,未之有也。引申言之,好的家教之风能够孕育出好人,好人必然是社会秩序的促进力量而不是破坏力量。好的家风不但具有极其重要的社会意义,而且具有极其重要的政治意义。”

家道中蕴含着治国理政的道理,广义的政治活动包含并延伸了家道。古往今来,无数先贤秉持“齐家而后国治,正己始可修身”的信念,心怀“苟利国家生死以,岂因祸福避趋之”的家国情怀,自觉地把个人、家庭的命运与国家民族的命运紧密相连,谱写出一曲曲动人的不朽诗篇。

家是最小国,国是千万家。有家才有国,有国才有家,小家连着大家,连着国家。家与国家就是你我中有我、我中有你,从不曾分离。这就是我们中华民族千百年来传承至今的特有的家国情怀、家国逻辑。

▲把实现家庭梦融入中国梦之中。中国梦不是水中月、镜中花,中国梦就在我身边,就体现在我们每个人身上、每个家庭里。中华民族历来重视家庭,正所谓“天下之本在国,国之本在家”家和万事兴。国家富强,民族复兴,最终要体现在千千万万个家庭都幸福美满上,体现在亿万人民生活不断改善上,千家万户都好,国家才能好。

对千千万万个家庭来说,我们要自觉把爱家与爱国紧密联系起来,把实现家庭梦融入到实现中华民族伟大复兴的中国梦之中,心往一处想,劲往一处使,把智慧和力量凝聚起来,化为实现中华民族伟大复兴的磅礴力量。

历史和现实都一再表明:“一家仁,一国兴仁;一家德,一国兴德。家风正则后代正,则源头正,则国正。”(张荣)