

民生政策当彰显价值关怀

彭 飞

习近平总书记说,人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。民生政策能不能让民心满意,关键看获得感有多强。群众的获得感来自两个层面。一是政策带来了实实在在的红利,让人心生满足感。另一个在价值层面,当政策目标与公众期待相吻合,群众也会因决策者站在自己的角度考虑问题、解决问题,而提升满意度。

近年来,许多民生政策不仅注重给老百姓带来实惠,并且注重把人民群众的价值预期作为重要政策目标考虑进来。比如近日印发的《农村贫困住院患者县域内“先诊疗,后付费”工作方案》,降低了农村困难群众的医疗门槛,更彰显了医疗保障体系的价值关怀。不久前征求意见的网络餐饮管理办法,直指“黑厨房”的安全隐患,但并未把“网上美食”一棍子打死,而是预留了成长空间。这样的政策尺度,体现了对移动互联网时代人们新生活习惯的尊重。

在利益格局复杂多样的当下,政策考量应该是多方面的,群众合理的期待不能忽视,现实条件的制约也不能轻视。只不过,判断群众的某种呼声是否合理、相关政策有没有可操作性,不能被现有利益格局所束缚,还应该把改革空间计算进来。要有一股子闯劲儿,还要有一股子韧劲儿,群众期盼的公共政策,才不会被那些可以改革也必须解决的问题捆住手脚。

今天,党员干部有更多渠道和机会了解群众诉求。除了关注群众的具体利益,还可以把政策的触角延伸到社会的价值期待。两方面都解渴了,才能更精准地发现并维护好公众的长远利益、根本利益,凝聚更多社会共识。

校园食安漏洞不能掉以轻心

杨玉华 周畅

坏苹果、劣质米、可疑油……近日,合肥一幼教机构下属多家幼儿园被曝幼儿食用“问题食品”,引发孩子家长担忧。今年“两会”上有人大代表提出,由于我国幼教机构和中小学在校就餐人数快速增加,校园舌尖安全问题不能掉以轻心。

如今在一些城镇,越来越多的家长把孩子午餐甚至三餐托付给学校和幼儿园。各地政府也在大力推进中小學生午餐工程,解决家长后顾之忧,这是政府和学校的积极之举,值得点赞。

此类事件表明,供餐企业和校方还存在一些监管漏洞。我国校园食品安全规范实行“谁主管谁负责、谁主办谁负责”,也就是主要靠食药监部门的监管和校方的“主体责任”。一旦检查力度不够,监管出现漏洞,就会发生问题食品事件。事实上,合肥这家幼教集团旗下一家幼儿园就曾被食药监部门检查出问题,但由于缺乏有效的处罚措施,以至于问题食品事件一再出现。

当前,随着城镇化的推进和人们生活节奏的加快,在校就餐学生出现“低龄化”和“全覆盖”的趋势。中小学生在校园午餐人数不断增多,风险也随之增加。

当前加强校园食品安全迫切需要适应新形势、研究新办法。比如食材的源头控制和追溯,是否可以严格甄选和招标采购;校园餐饮从业机构是否可以强制A级即从业最高级;校园的主办责任与食品监管部门的监管责任如何无缝对接,防止各管一段出现盲点。此外,引入社会监督的力量,发挥家长委员会等组织的监督作用也值得研究。

还值得注意的是,对于食品安全的理解不应仅停留在不出事上,对处在生长发育阶段的少年儿童来说,吃得健康和营养也是应有之义。学校和食药监部门应该提高工作的标准和要求,而不仅是底线守护。

食品安全问题,社会广泛关注,必须高度重视。维护好少年儿童的“舌尖安全”,也是政府部门迫切需要应对的新课题。相关部门需要主动作为,确保校园食品安全,让学生吃得安心,让家长感到放心,让社会舒心。

改善民生,增强群众获得感

新华社评论员

“治国有常,而利民为本。”全面建成小康社会,最重要的是落实以人民为中心的发展思想,不断增强人民群众的获得感和幸福感。

“全力保障和改善民生”“多搞一些改善生产生活条件的项目”“多办一些惠民生的实事”“多解决一些各族群众牵肠挂肚的问题”……今年两会上,从打赢脱贫攻坚战の谋划,到惠农兴农の部署,再到对困难群众冷暖の牵挂,习近平总书记の系列重要讲话体现鲜明の人民立场,蕴含深厚人民情怀,为做好新形势下の民生工作指明了方向。贯彻落实两会精神,以优异成绩迎接党的十九大,要求各级干部坚持以总书记重要讲话精神为指导,始终把民生放在心上、抓在手上,着力解决好人民群众普遍关心の突出问题,让老百姓过上更好日子。

“人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。”党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央始终心系人民、造福人民,奋力开创各项民生事业发展新局面。去年,全国居民人均可支配收入实际增长6.3%,农村贫困人口减少1240万,棚户区住房改造600多万套,

农村危房改造380多万户。在经济下行压力加大、改革发展任务繁重的背景下,这份民生成绩单来之不易,让人倍感温暖。保障和改善民生没有完成时。新形势下,无论是推进脱贫攻坚,还是破解教育、医疗、住房、环境、食品安全等领域的民生难题,都还有不少硬骨头要啃。只有付出更加艰苦的努力,才能实现更加幸福的民生图景。

循道而行,功成事遂。改善民生,需要坚持科学方法论,真正抓在点子上,抓到关键处。要坚持精准施策、过细工作,多下“绣花”功夫,方能找准群众“痛点”,进行靶向治疗。要坚持稳中求进工作总基调,按照守住底线、突出重点、完善制度、引导舆论的思路,抓住“牛鼻子”,做好社会托底工作,采取针对性更强、覆盖面更大、作用更直接、效果更明显的举措,才能切实缓群众之所急、解群众之所困。

为政贵在执行,民生重在实。民生工作直接同老百姓见面、对账,来不得半点虚假,既要积极而为,又要量力而行,承诺了的就要兑现。到2020年现行标准下农村贫困人口全部脱贫、贫

困县全部摘帽,是党和政府立下的军令状。绝不能为了完成这个军令状搞虚假扶贫、数字脱贫,绝不能脱离实际把脱贫时间表随意提前,而应一村一寨、一家一户地做实工作,坚持防止返贫和继续攻坚两手抓,创造出群众认可、经得起历史和实践检验的扶贫脱贫实绩。务实求实不只在在、力求实效,不搞“盆景”,坚决防止“面子工程”“形象工程”“政绩工程”,办实事,解难事,让群众真正看到变化、真正得到实惠。

实现更多的新增就业,减少更多的贫困人口,出现更多的蓝天白云,织密更牢的民生保障网……两会上的民生谋划,生动诠释了以人民为中心的发展思想,与广大人民群众的热切期盼同频共振。幸福不会从天而降,梦想不会自动成真。广大党员、干部只有怀着强烈的忧民、爱民、为民、惠民之心,认真贯彻落实以习近平同志为核心的党中央的决策部署,撸起袖子加油干,带领群众一起干,就一定能以民生工作优异成绩迎接党的十九大胜利召开,美好幸福的图景就一定变成现实。



贩假售劣

“祖传秘方”“权威专家推荐”“服用一疗程不见效全额退款”……近年来,医药电商蓬勃兴起,但互联网的虚拟性、信息海量等特征也为制作、销售假冒伪劣药品提供温床。药品安全关乎百姓健康,被假冒品牌的药品企业也蒙受巨大经济和声誉损失。面对不良商家的“广告轰炸”和“疗效攻势”,如何才能还消费者安全无忧的网购药品环境?

新华社发
徐 骏 作

开发“摇钱”产业 力促精准脱贫

杨盛科

2016年12月22日,湖南省获国家地理标志产品保护新闻发布会在长沙召开,城步苗族自治县的青钱柳茶榜上有名。青钱柳茶获国家地理标志产品保护后,发展青钱柳茶系列产品将成为城步力促精准脱贫的“摇钱”产业。

青钱柳俗称“铜钱树”、“摇钱树”,具有很高的观赏价值和药用价值,在治疗心脑血管病、高血糖、癌症等方面疗效显著,被称为降糖神茶。城步拥有全国最大的野生青钱柳群落,儒林镇的浆坪、金水,白毛坪乡、丹口镇,汀坪乡、长安营、十万古田、金童山等地都有分布。2014年,该县依托丰富的青钱柳资源建立了全国最大的青钱柳茶培育基地。近3年来,该县有160多家合作社充分利用30万亩野生青钱柳资源培育种苗10万多亩,建立青钱柳示范基地30多个,为开发青钱柳茶产业打下坚实的物资基础。

要将青钱柳茶作为“摇钱”产业快速发展,必须建立强有力的领导机制。该县成立了青钱柳茶地理标志保护办公室,制定了《青钱柳茶地理标志产品保护办法》,

完善《青钱柳茶种植技术规程》和《青钱柳茶生产技术规程》。充分发挥当地生态环境、原料资源优势,扩大种植和加工规模,走“公司+基地+农户”的发展路子,促进青钱柳茶产业规模化、生产标准化、管理规范化的质量品牌化,走育苗、种植、科研、加工、销售一体高科技产业化的健康可持续发展之路。

种植青钱柳苗周期短,见效快,风险少,栽植成活后第二年可投产,第三年产量翻番。要扩大青钱柳茶生产规模,仅依靠自然野生的青钱柳树是做不到的,必须依靠人工栽培才能满足市场的需要。

戴明泽是第一个敢吃“螃蟹”的农户,他放弃丰厚的务工收入,将眼光瞄准青钱柳茶的研究与开发。2013年,他摸索用种籽繁殖与扦插繁殖两种方法培育青钱柳苗。在湖南省科技大学等单位的支持下,用生根粉浸泡后培育出的扦插幼苗移栽后成活率达100%。试验成功后他在韭菜坪村等地建立了3处种苗繁殖基地,发动100多农户加入青钱柳种植合

作社,至目前为止全县已发展青钱柳栽培基地6000多亩及仿生态种植面积2100多亩。2014年,他注册1000万元成立了青钱柳茶有限公司,致力打造从茶山到茶疗的全产业链茶疗企业,使城步青钱柳茶开发初具规模,并成为湘桂边界一带茶疗产业的领航者。

按照戴明泽的育苗经验,用生根粉处理后育苗每亩可培育高标准青钱柳苗2万株。参照外地青钱柳苗市场价1万株以上每株14元计算,每亩可收入28万元,且销路不愁。外地育苗户将米径7公分的青钱柳苗卖到每株480元高价。若青钱柳种植合作社100多农户每户种植1亩,第三年出苗后每户可增收28万元,是种植稻谷收入的90倍。2017年,白毛坪乡兰子坪村在有关单位的扶助下,已栽植青钱柳苗300余亩作为该村的“摇钱产业”。

今年,城步将“摇钱”产业纳入多种扶贫措施之一。通过发动村民积极栽培青钱柳,确保青钱柳茶加工厂的原材料供应,使栽植青钱柳的村民依靠“摇钱”产业全部脱贫。

据媒体报道,浙江淳安县石林镇养殖户叶伟平养的鸡因供不应求,最便宜168元一只,最贵698元一只,成了“淘宝网上最贵的鸡”。他的鸡之所以能卖出高价,是因为品质好——养鸡场位于山谷、环境好;他自己培育种鸡,还在饲料中添加名贵草药等,以致网友留言“口感倍好,虽贵,但值!”

无独有偶,有位养鸡专业户偶尔发现很多鸡竟然飞到了树上栖息,原来,它们被黄鼠狼吓怕了,晚上便飞到树上求自保,看见它们把树当成鸡舍,这位养鸡专业户突然灵光一闪:现在市场上都把土鸡叫“走鸡”,也就是区别于圈养的肉鸡;走鸡因为运动,比圈养的鸡肉更加鲜美,而如果把“走鸡”训成会飞的鸡,鸡肉是不是会更鲜美呢?于是,他立即付诸行动,开始了“飞鸡”的训练。每天早上一起来,他就拿着长竹竿,起劲地把鸡追得乱飞乱跳。别人养鸡都是四个月出栏,而他的鸡因为运动过多,足足养了六个月才出售。为了推销自己的鸡,他找来几个家禽经销商,然后现场“演示”,他不但让自己的鸡飞起来,还把鸡做成菜请他们吃。经销商们把一盒鸡肉吃了个精光后采购了不少回去,并打出了“飞鸡”的招牌。一些市民吃了“飞鸡”后,都夸味道好,其他经销商也纷纷前来他的养鸡场抢购“飞鸡”。

对于农副产品生产经营者来说,生活中从来不缺少成功的机会,就看你有没有一双善于发掘的慧眼。同样是一只鸡,换一种方式和角度去思考或经营,收到的效果就会完全不一样,而且“鸡价倍增”。

当市场上同类产品众多时,竞争就不可避免。如果你的产品具有与其他产品不同的卖点,那你无疑占据了竞争的制高点。换一种思路养鸡,就有了更大市场。前则两位养鸡专业户的生财之道,看似简单,实则是他们转变观念,主动适应市场的结果。

由此可见,生产经营者面对市场,产品面对顾客,销路不是没有,关键要看生产经营者善不善于广开思路,只要生产经营者肯动脑筋,真正深入到市场中去,摸透顾客的需求口味和潜在的消费趋向,做到人无我有、人有我新,用灵活多变的思路去不断开拓创新,市场就能为你敞开驰骋之门。

“高价土鸡”与“创新意识”

徐曙光