

希望的田野盛满幸福小康的甜蜜

董宏达

这是全面建成小康社会后的第一个国庆黄金周——走进乡村,隐居田园,品尝农家饭菜,体验农事劳动……成为假日休闲新风尚。这是推进巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的第一年——开启全面建设社会主义现代化国家新征程,乡村振兴在产业提档升级中全面推进。农村正成为年轻人创业就业的沃土,农业成为有吸引力的产业。在广袤的中国大地上,农民富、产业兴、乡村美的画卷正在徐徐铺展。(据10月6日新华社)

民族要复兴,乡村必振兴。在庆祝中国共产党成立100周年大

会上,习近平总书记代表党和人民庄严宣告,经过全党全国各族人民持续奋斗,我们实现了第一个百年奋斗目标,在中华大地上全面建成了小康社会,历史性地解决了绝对贫困问题。在小康梦圆后的首个国庆假期,从江南到塞北,从东部沿海到西部高原,人们在小康梦圆的丰收盛景中,共享国家发展成果,领略乡村振兴美景,这美景盛满了幸福小康的甜蜜。

曾经,过上小康生活是中国人的梦想。经历不懈跋涉与求索,穿越无数艰辛与坎坷,中国人民不仅过上了小康生活,而且在中华大地上全面建成了小康社会,

正向着共同富裕的康庄大道迈进。奔小康的历程,是中国共产党团结带领中国人民自强不息、艰苦奋斗的过程。这是共产党人“为中国人民谋幸福,为中华民族谋复兴”的初心和使命。因为有这样的初心使命,中国共产党团结带领中国人民推翻三座大山,实现了救亡图存;因为有这样的初心使命,中国共产党团结带领中国人民克服重重困难,在一穷二白的中华大地取得社会主义建设的伟大成就,进而开辟了中国特色社会主义道路;因为有这样的初心使命,中国共产党团结带领中国人民接续奋斗,誓将中华民族伟大复兴的梦想变成现实。

全面建成小康社会后的第一个国庆节,人们的脸上洋溢着幸福喜悦。这喜悦不仅体现在各地农村“庆丰收、感党恩”主题活动的氛围中;体现在走进乡村旅游观光、品尝特色美食、感受好山好水的田园慢生活的游客心里;还体现在农户增收致富、“新农人”利用当地优势和各自特长返乡创业的笑容里。透过这些幸福喜悦,我们看到了脱贫攻坚的伟大成就,看到了小康生活的美好画卷,看到了亿万人民的甜蜜生活。这些都预示着乡村全面振兴在接续奋斗中必将早日实现。

多彩的乡村,多彩的中国,美丽的乡村振兴新图景正在徐徐铺

展。如今,14亿中国人的饭碗端得更牢,特色产业正在为农民打开一扇扇增收的新大门,家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体与农户利益联结日益紧密,成为农民的“聚宝盆”,有效带动亿万农户增收致富。农村人居环境整治致力于望得见山、看得见水、记得住乡愁,不仅实现乡镇、村庄清、人居美,而且带动了乡村旅游,一幅产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的乡村振兴图景,极大地增强了农民的获得感、幸福感、安全感。

希望的田野汇聚着丰收的喜悦,广大乡村正迈出走向全面振兴的铿锵步伐!

关育兵

1.5元票价的百年轮渡怎能不火?

打破“第一学历”歧视任重道远

杨朝清

近日,教育部针对网友提出的“专升本毕业后第一学历是专科还是本科”问题进行了答复。答复称:学历是指人们在教育机构中接受科学文化教育和技能训练的学习经历,国家教育行政部门相关政策及文件中没有使用“第一学历”这个概念。(据10月8日《沧州晚报》)

虽然教育部门在相关政策及文件中没有使用“第一学历”的概念,但过分看重“第一学历”,却成为不少用人单位约定俗成、心照不宣的潜规则。一些高校招聘青年教师,有的博士因为本科学历并非“985”“211”而失之交臂;部分单位招聘应届毕业生,本科学历并非“985”“211”的学生连简历投递这一关都过不了……

长期以来,过分看重“第一学历”犹如一道无形的门槛,将不少人排除在招聘之外。一方面,追求“第一学历”固然是一种单一化、片面化的评价方式,却能够满足某些人图方便且省事的需求;另一方面,部分人对“985”“211”学校的“第一学历”进行美化,认为高考相对公平,而考研、读博中存在不少人情、关系等不确定、不公平因素,“第二学历”未必有“第一学历”货真价实。

过分讲究“第一学历”,本质上是推崇“出身论”“血统论”,它

不仅加剧名校情结和学历崇拜,也会造成就业不公。追求“第一学历”,骨子里是一种固化思维,认为在高考中脱颖而出就享有永远的红利,在高考竞争中落败就意味着是无能者和失败者。然而,在不少高校里,有的人本硕博一路学霸、一路名校,进入职场后却表现平平或者不尽如人意;有的人本科学历不是出自名校,甚至是专科、自考学历,但被大学破格录用后表现优秀,在教学、科研等方面取得了丰硕的成果。

讲究“第一学历”,说到底是一种制度壁垒和人为樊篱,不利于人才全面、充分流动,不利于激发人才活力,理应纠偏。在促进人才流动,激发社会活力的时代背景下,打破“第一学历”歧视,契合人们的诉求和时代需要。

打破“第一学历”歧视,不拘一格选用人才,依然任重道远。思想是行动的先导,消除学历歧视的关键,在于凝聚思想共识,提振价值认同,让人们充分认识到消除学历歧视对促进教育公平、加速社会流动的重要意义。如果不能从根本上和骨子里消除学历歧视,用人单位就会通过形形色色的办法,对规则进行变通和替换,搞表面一套、背后一套。

当教育公平得到更充分保障,社会流动才会更加千姿百态。



据《人民日报》9月27日报道,从随意领取的办公用品到办公室温度过低的空调,从没喝完就扔的瓶装矿泉水到下班后未关闭的灯……各种办公室浪费现象不同程度地存在于我们身边。针对办公室浪费现象,读者普遍认为,虽然今天物质资源日渐丰富、生活水平逐步提高,但勤俭节约依然是我们应当保持的优良传统,什么时候都不能丢。

王铎文/图

日均接待游客8万人次,其中近半为外地游客,更有人往返连坐四趟。今年“十一”假期,120岁的中华路—江汉关轮渡成为武汉颇具人气的网红打卡点之一。1.5元可能不够买瓶水,却能体验一次轮渡跨江游,中华路—江汉关轮渡的票价让很多外地游客点赞“实惠”。(据10月7日《武汉晚报》)

有120多年历史的这个百年老轮渡有多火?从两班对开、20分钟一班,到增至六班对开、即到即走,大约五六分钟就能开行一班船。今年“十一”期间,这条轮渡线路之火,可见一斑。

武汉这一轮渡为啥这么火?据报道,该轮渡线路是武汉第一条轮渡线路,在120多年历史中,它见证了城市发展和市民生活的变迁,已成为武汉这座江城的标志之一。轮渡航行在大江上,两岸的黄鹤楼、长江大桥、龟山电视塔、晴川桥等景观林立,大江日落美景让游客赞不绝口;夜幕降临,轮渡更仿佛航行在两江四岸的怀抱中。“一定要在武汉轮渡上看一次日落”“欣赏长江灯光秀最佳角度”……游客的推荐和赞美,道出武汉这一轮渡体验的优质之所在。

绝佳的线路安排,也成为该轮渡大受欢迎的原因。中华路—江汉关轮渡一头牵起武昌景点最富集的黄鹤楼、革命博物馆片区,一头连接江汉路、中山大道老汉口历史文化风貌区,使隔江相望的两大文化旅游片区快速接驳,串联起一条颇具城市魅力的黄金旅游线。

然而更重要的原因还在于价格。中华路—江汉关轮渡的票价有多低?低得让人难以置信,只要1.5元,这个价钱可能连买瓶水都不够,莫说是两个码头之间的轮渡,体验的是一次跨江游,在许多地方,即便是在公园里划划船,在某一个景区的小湖内荡荡舟,起步价往往不会少于十元吧?难怪很多外地游客点赞“实惠”,“实惠的武汉轮渡才是武汉人的生活,感觉更接地气。”

发展旅游业不能依赖“门票经济”,这已成为共识。然而,事实却是,“门票经济”包括景区内的交通费,依然是一些景区最重要的依赖。在这样的现实下,武汉这个百年老轮渡1.5元票价,实在是良心价。

事实上,在向“门票经济”喊“不”上,有的景区已经迈出可贵的一步。比如,从2002年至2013年,杭州西湖景区相继取消130多个公园景点和博物馆、纪念馆的门票,免费开放虽让西湖每年损失了许多门票收益,却为杭州带来更多的经济效益及美誉度。

有人建议,武汉相关部门要抓住百年老轮渡变身网红的机会,提升轮渡体验感,加强轮渡历史文化挖掘与展示,让武汉这一百年老字号成为极具吸引力的城市新风景。这样的建议有道理,但继续守护住1.5元的低价,才是至关重要的。

“外卖在线”让订餐更放心

江德斌

食材安全不安全?厨房卫生不卫生?配送途中会不会受污染?点外卖的人少不了有这样的担心。现在有了一个好消息:浙江省市场监管局日前推出“浙江外卖在线”数字平台,在全国率先实现网络餐饮从后厨到餐桌、从加工到配送、从线上到线下、从商家到骑手的全链条闭环管理。(据10月10日《经济日报》)

此前,监管部门推出“阳光厨房”监控系统,在线下对一些餐厅后厨实施公开透明化,并将其纳入平台实时监控,促进了餐饮企业注重提升产品和服务质量。如今,浙江更进一步,推出“外卖在线”平台,将“阳光厨房”功能全部接入美团外卖、饿了么两大外卖平台,消费者可通过直播观看商家后厨实景,包括食品清洗、加工、制作等过程,并能全程监管配送环节,保障外卖配送环节的干净与骑手的正当权益。

外卖已经成长为一个大产业,还在继续保持增长态势。由后厨到餐桌,每一份外卖都要经过多个环节,才能最终递送到消费者手里。然而,这些环节存在很大的不确定性,导致外卖监管难度加大,经常发生消费纠纷,诸如“黑外卖”潜伏、制作不规范、卫生不达标、食材变质、外卖骑手偷食等,均在网络遭到曝光、投诉。由于信息不对称,消费

者很难知晓外卖的质量情况,在出事后续维权难度也很大,往往只能依赖于平台、商家和骑手的自觉。显然,唯有公开化、透明化,将外卖全环节纳入监管范围,让消费者看得见、看得清,才能真正保障外卖的质量与安全。

从报道可知,“浙江外卖在线”就是采取“晒”信息的方式,将外卖的各个环节都公开在线上,让消费者随时能够查询相关信息,以打破信息不对称,掌握主动权,由此也形成倒逼效应——在接入“外卖在线”数据平台后,外卖平台和商家无处遁形,就要努力提高产品和服务质量,依靠口碑获得消费者信任,从而保障外卖的质量安全,让消费者更加放心下单,同时优化规则和算法,保障外卖骑手权益,形成多赢格局。

“外卖在线”将监管水平提高到新的阶段,乃是制度创新和技术创新的结果,值得赞赏和全面推广。外卖一头关系着食品安全,另一头关系着产业发展、创业就业,都是民生之重,不可有失。引入技术力量,完善监管模式,以加强外卖监管力度,提升监管水平,促进产业健康有序发展,乃是监管的职责所在。随着外卖产业的持续发展,还会出现新的问题和矛盾,监管也应与时俱进,持续迭代升级监管模式,将食品安全大门牢牢守住。

“金甲武士”守护旅游文明值得借鉴

李英锋

如果有游客在西安城墙上倚靠或者吸烟,就会有身穿金色铠甲的武士走过来施礼规劝,游客往往会心悅诚服地配合结束不文明行为。用文言文劝阻不文明行为的西安城墙“金甲武士”,于今年五一假期在网络上火了一把,国庆长假期间,西安城墙景区继续采用这种方式规劝不文明行为。对该景区表示,“金甲武士”文言文规劝不文明行为的效果很好,使用的文言文都是半白话性质,游客不会听不懂。(据10月5日《北京青年报》)

“金甲武士”当上文明劝导员,给游客增添了文明旅游新体验。对很多景区而言,旅游文明管理是个琐碎事,也是个难事。游客素质、文明意识参差不齐,或对景区管理规则不太熟悉,不文明行为仍时有发生。而国庆黄金周等长假期间,景区的游客数量增多,不文明旅游行为也随之增多。在传统管理模式中,景区大都通过提示牌、宣传标语、广播、工作人员劝诫等方式,对不文明行为进

行干预,尽管能取得一定效果,但也会出现游客不理解、不配合的现象。比如,西安城墙景区之前用设置宣传标语、工作人员劝阻等方式对游客进行教育引导,效果就不太好。

而“金甲武士”出马,可谓一劝一个准,一管一个灵,据报道,武士们还未遇到一个不服劝的游客。在充满历史沧桑、阅遍金戈铁马、饱受狼烟烽火西安城墙景区,工作人员结合景区的特色历史文化,让文明劝导员装扮成“金甲武士”,用半文半白的语言对不文明游客进行规劝,不仅在形式上让人耳目一新,也在内容上赋予游客以半沉浸式的旅游情景体验,这种带有情景表演互动意味的文明规劝方式,能让游客的心情更放松、更平和,甚至能给游客带来新鲜感和乐趣,游客自然更容易理解、接受并服从规劝。

这段时间,北京环球影视城的变形金刚“威震天”大热,成为景区的一大卖点、亮点和笑点,吸

引了不少游客的关注,也给景区形象加了不少分。实际上,西安城墙景区的“金甲武士”在制造眼球效应上与“威震天”有相同之处,尽管北京环球影视城的“威震天”和西安城墙景区的“金甲武士”的岗位职责并不相同,但二者都是通过角色扮演给游客制造一个情景,让游客获得一种新鲜的沉浸式体验,继而增强营销效果或文明管理的效果。

各景区在旅游文明管理中不妨换个思路,多学学“威震天模式”“金甲武士模式”,多结合景区的文化特色,推出让游客喜闻乐见且具有景区代表性的文明管理角色,多设计一些新颖、有趣的文明管理语言,多给游客制造一些情景体验。这比一本正经的、单调枯燥的说教式宣传管理,更容易感化影响游客,更容易消除游客的抵触情绪,更容易达成文明管理的共识。旅游文明管理需要与时俱进,不断创新,提升景区的文明治理能力,强化文明治理效能。