

绘就更加美好的生态画卷

■张凡



北京新一轮百万亩造林绿化如火如荼,河北推进太行山燕山和坝上造林绿化等重点生态工程建设,河南全面启动沿黄河南段左右岸、中下游生态廊道建设……数据显示,今年上半年全国已完成春季造林6646万亩,占全年造林任务的65.8%。绿色在广袤国土上不断延伸,为小康生活铺就幸福底色。

习近平总书记强调,“小康全面不全面,生态环境质量很关键”。良好生态环境是最公平的公共产品,是最普惠的民生福祉。今天,“蓝天白云游,绿野无尽头”的怡人美景、“青山绿水共为邻”的生活环境,成为人们幸福感的重要来源。在江苏南京栖霞区燕子矶街道,过去江边化工企业星罗棋布,江水被污染,如今厂房变绿廊、四季皆美景,居民再也不用“想着法子搬走”;在山西太原的汾河边,曾经空气质量不好,居民连出去跑步锻炼都受影响,如今户外能跑步的好天越来越多……透过不同地区

人们的生活场景,可以发现,环境的改善是越来越多人共同的体验。

绿色不断延展,背后是发展理念的深刻改变。近些年来,我们大力推进生态文明建设,按下绿色发展的快进键。从持续增绿,创造“全球新增绿化面积的1/4来自中国”的奇迹;到大力治沙,不断实现从“沙进人退”到“人进沙退”的转变;再到持续减排,让蓝天白云成为生活的常态……我们挥毫泼墨,书写生态画卷,让天蓝地绿水清的生态之美从理想照进现实,让绿色发展理念不断浸润美丽家园。通过不懈努力,“绿水青山就是金山银山”的理念日益深入人心,“美丽经济”发展起来了,绿富同兴,人民群众的获得感更强。

绿色不断延展,为人们带来实实在在的幸福。如今,通过腾退还绿、疏解建绿、见缝插绿,不少城市正逐渐“把城市融入大自然”。比如,在北京、重庆、青岛等地,不断增多的城市森林、口袋公园、小微绿地,让人们工作之余能找到一片清幽雅致的休闲之地;在各地绵延的滨江绿道,人们不必走远,就能尽情体味山水林城勾勒的自然之美。数据显示,2019年我国城

市人均公园绿地面积达14.11平方米,不断增长的数字背后,是人们日益充实的绿色获得感、生态幸福感。在广阔的农村,“一村一品”“一村一韵”“一村一景”的美丽乡村建设,更让人们在“望得见山、看得见水、记得住乡愁”中收获着田园雅趣、享受着美好生活。

如今,绿色不仅在山川大地蔓延,更在人们心中延展,越来越多人开始养成绿色生活习惯。对很多人来说,“云端”种树、减少一次性餐具使用、垃圾分类,已经成为生活习惯;专门为骑行、步行设计的道路上绿树成荫、环境优美,成为城市独特的风景;越来越多人在购车时选择新能源车型,为节能减排贡献一份力量……健康环保的生活方式,在点滴之处改善着身边的环境,助力实现我们共同的“绿色梦想”。

在环境美日益成为人民美好生活新内涵的今天,写好绿色文章,让绿色成为最动人的颜色,让呵护绿色成为自觉的行动,才能绘就更加美好的生态画卷。以绿色指数提升人们的幸福指数,必将让全面小康的成色更足、质量更高,让人们的幸福感更强。(来源:人民日报)

民生实事背后的“人本逻辑链”

■杜晨璐

受疫情影响,今年政府各项工作都面临前所未有的挑战,但上海推进旧改的动作没有减缓之势。近日,上海市城市更新中心正式揭牌成立,为加快推进旧区改造和城市有机更新创设新机制。在过去一个多月里,中心城区多个旧改基地也频传启动或签约生效消息,就连市面上搬家公司的生意也随之火热起来。

旧改是实实在在的民生。列入旧改的老房子往往生存空间逼仄,存在一定安全隐患。上海多措并举力推旧改,并因地制宜用上拆除重建、非成套改造等各种方法,不仅仅是为了守住居民的底线安全,更是要通过改变一套套房子,来改变一个个家庭、个体的未来——行动背后,体现的正是城市的人本价值,有一条完整的“人本逻辑链”。

一座好的城市,除了要赋予人追求和实现美好生活的权利,还要尊重个体在社会事务中的参与权、发展权,照顾每个人对于所属城市的认同感和归属感。拿旧改来说,老百姓的居住空间改变了,房子里的人能拥有更好的成长空间和机会,能感受到城市的温度,从而激发出对自我、对所属城市的价值认同,进而更容易走出家门、成为城市治理中重要的一分子——看到这样一条逻辑链,开展民生工作,就不仅要提升“物”的供给水平,更要重视“人”的价值和诉求,重视一个个具有千姿百态的个体。

重视个体,首先要直面个体差异。办民生有各种方式,采用“一刀切”式的方法、简单遵循少数服从多数的规则,效率虽高,却容易忽视个体不同的呼声。强调“人本”的城市就不一样,不是仅仅制定一些适合大部分人的政策、再推动它落地就足够了,而是要真正尊重人民需求的复杂性,尊重人民需求的差异性,创造尽可能丰富的供给,去满足多层次、个性化、高品质的民生需求。“好事”不能真正“办好”,要害往往在此。

比如老房装马桶,谁都知道是件好事,但是不是统一定制、统一安装就完事?操作过的人就知道,事情远没有那么简单。每一户的空间格局都存在差异,把东家的办法拷贝到西家,很大概率是行不通的。即便客观

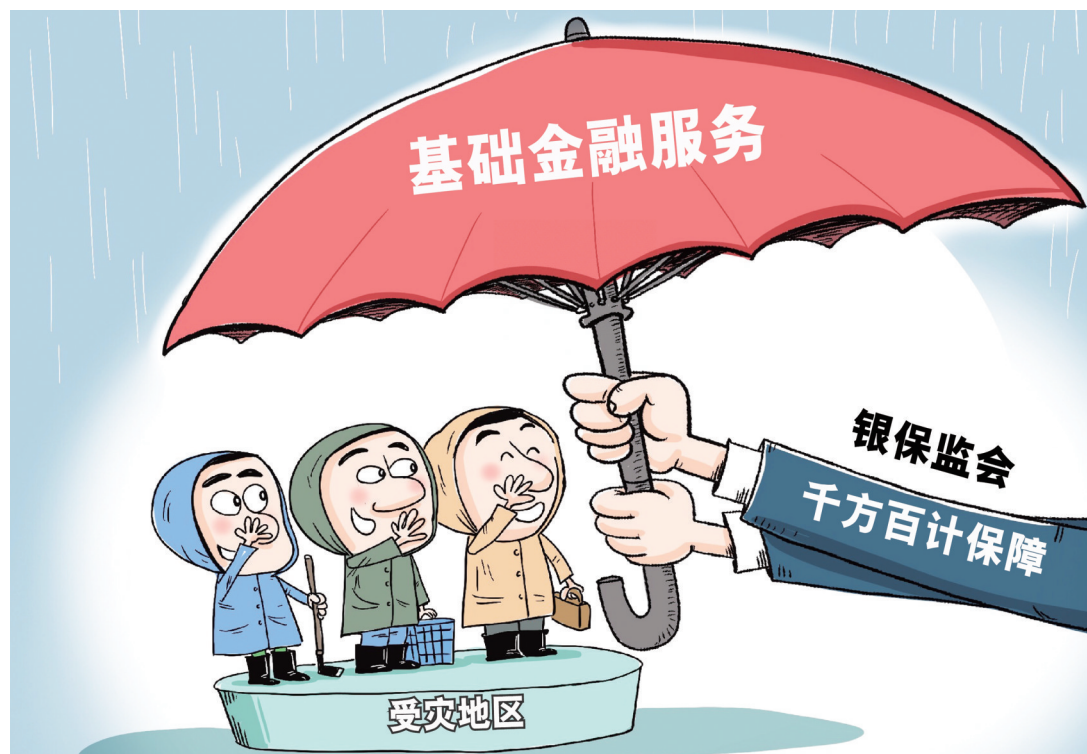
上能操作,两家的生活习惯也不同最后马桶是装了,老百姓却未必说好。这就需要工作做到细致,一幢楼一方案,甚至于一扇门一方案,做到精准适配。这样做,时间成本一定是更高的,换来的却是老百姓长久的舒心。

又比如,老住房改造,为啥总有居民不愿意签约搬家?实践也多次证明,做到政策公平之外,还要充分考虑个体差异,分情况处理不同家庭遭遇的难题。有的房主年纪大了,改造期间租房过渡不容易;有的人家家具贵重,移动有风险;还有的人家刚刚装修过房子,改造反而造成了浪费……这些都是现实的顾虑。只有全面、细致了解每家每户的难题,在政策范围内尽最大可能帮老百姓解决困难,民生工作推进才不会“碰钉子”。

近年来社区普遍推进的微更新,也会带来许多个体之间利益诉求的碰撞。但处理得好,矛盾和碰撞,恰恰会带来新气象——一个微改造项目,如何设计方案,如何说服利益相关者,甚至如何筹集资金,群众的智慧在社区参与中发挥出来,最终不光能实现利益共享,更会极大体现个人价值、激活社区认同。这恰恰是“人民城市人民建,人民城市为人民”理念最生动的注脚。

基层治理,还会有无数这样的考验。办民生,除了一个好的出发点,更要通过一个好的过程,最终达到一个好的结果。这个“好”,很大程度上就来自对“人”的全面重视。当然,这也给决策者、执行者特别是各级干部提出了更高要求。

一方面,过去走街串巷、嘘寒问暖的群众工作经验不能丢弃,甚至要在新时代的城市治理场景中进一步发扬,靠着一双“铁脚板”和现代技术手段的加持,随时随地走到百姓身边去,发现百姓真实的需求和痛点。另一方面,基层有必要尽快培养一批年轻的、更专业化的社区工作者,在工作中不断提升他们的社会治理经验、技能,使他们具备敲得开居民的门、走得进居民的心的工作能力,真正实现从“围着事转”到“围着人转”的转变。(来源:解放日报)



全力保障

银保监会日前发布通知,要求做好洪涝地质灾害应急应对及灾后重建金融支持工作,千方百计保障受灾地区基础金融服务,加强企业复工复产金融服务等。

■新华社 王鹏

用“心”迎接这一重启

■马丽

7月16日,国家电影局发布通知,低风险地区电影院可于7月20日有序恢复开放营业。紧随其后,上海电影节官方宣布,第23届上海国际电影节将于7月25日开幕。对于广大电影从业者和电影爱好者来说,这无疑期盼已久的两大利好消息。

阔别170多天,影院终于“归来”。这是一次来之不易的重启,释放出疫情防控常态化背景下,我国有序推动复工复产、复商复市,激发消费活力的积极信号。

这次重启,折射出国家支持影视行业复苏的信心和决心。电影院是电影产业链中的重要一环。受新冠肺炎疫情影响,全国各大影院被按下了暂停键,不少影视公司业绩堪忧,甚至有的没能扛过疫情的冲击。对于身处困境的影视行业,国家陆续出

台多项政策支持发展。无论是对纳税人提供电影放映服务取得的收入免征增值税,还是免征文化事业建设费,都为“寒冬”中的影视行业送去了温暖。此次通知低风险地区电影院可有序恢复开放营业,无疑是影视行业的复苏注入了“强心剂”,加之广大影迷对影院重新开放的迫切期待,巨大的消费热情将有可能点燃冷却了近半年的电影市场。

这次重启,要解决好复工复产复映带来的一系列未知问题。电影院的复工,意味着我国疫情防控有了新的进展,也是基于公共场所和消费者所积累的疫情防控经验而作出的决定,但疫情防控这根弦仍然不可松懈,无接触售票、上座率不超30%、全程佩戴口罩、原则上禁止饮食等各项防疫措施必须落实落细。与此同时,

全国院线是否准备了充足的片源,能否放映有足够吸引力的大片,让重新坐进观影厅的观众获得满意的观影体验,也是电影行业必须正视的问题。毕竟,观众离开大屏幕的时间已经很久,大屏幕所承载的文化情感、象征的生活方式都需要一一回归。期待电影行业能用更多优秀作品重新点亮影院,让人们重拾熟悉的光影岁月。

疫情过后,曾经的美好一个都不能少。电影院要重新开放了,电影节也要回来了。这170多天来,不少影迷都在说“太想念电影院”,这其实是对美好生活品质的追求与向往,也是对电影行业的无限期许。加油,电影院!加油,电影人!让我们共同努力,用“心”迎接这一重启。

(来源:新华网)

失了诚信,寸步难行

■徐品卉

近日,推迟了4个月的央视“3·15”晚会曝光了多个案例,涉及多家企业。各地市场监管部门连夜出击,对涉事企业展开调查。

“3·15”晚会走到第30个年头,每年都是一场“大阵仗”。晚会过后,几家欢喜几家愁,被点名的品牌自觉“栽”了,没有被点名的企业暗暗松口气,祈祷明年不要上“榜”。但很多企业似乎都忘了“3·15”晚会的初衷——保护消费者的合法权益,这关乎企业责任,也关乎法律底线。事实上,对企业 and 品牌最大的“杀伤力”,并非来自媒体的曝光,而恰恰是源于企业和品牌本身的名不符实,要么以次充好,守不住质量关;要么夸大其词,不诚信、不守规则……这些行为,理应受到相应惩戒或处罚。

企业、品牌、产品,要赢得消费者,首先离不开质量。质量是生命线,质量面前没有侥幸。应该说,经过多年发展,中国企业和品牌的产品质量已经有了很大提高。然而,汽车零部件质量、房地产装修质量、食品安全……这些被曝光的点,有些还是老生常谈的问题,在以往的“3·15”

晚上也“亮相”过,可还是有些企业没吸取同行的教训,没把产品质量当回事。这样的“害群之马”,惟有清除,才能维护好公平、阳光、完善的市场环境,助力人们的生活更加美好。

要赢得消费者,离不开企业的诚信。诚信为本,没了诚信寸步难行。这几年,“3·15”晚会更加关注新产业、新业态和新消费模式,这些新经济企业、平台对消费的促进作用巨大,但由于行业太新,平台上的一些企业往往会有不诚信行为,甚至有个别不法商家利用平台钻空子干违法勾当,这时候,平台就要本着诚信的态度,守住诚信的底线,坚决把一切侵害消费者合法权益的商家和行为挡在“门”外。也只有这样,企业和品牌才能走得更好、更远,消费者合法权益才能得到保障。

希望有一天,当各家品牌坐等“3·15”晚会开场时,都能够对自己的产品质量、对自己的服务诚信有信心,不再害怕任何的暗访和曝光。到那时,“3·15”晚会也就算真正完成了使命。(来源:文汇报)