

治理老城区河道 我们永远在路上

□阿蒲

自上世纪90年代始,沈家门里、外西河就是一条“远近闻名”的臭水河,被当地人戏称“露天大粪”,沿岸居民最直接的感受就是“睡着也被臭醒”。经过多年整治,如今,该河已没了难闻的气味,河水日渐清澈,彻底根治里、外西河黑臭反复问题为期不远。

河水变清且能摘掉“黑帽”,自然是利好消息,也是周边居民期望已久的心愿。尽管如此,依旧不能盲目乐观,必须清醒地认识到,造成老城区河道久治难治的根本原因,还是历史欠账太多。老城区基础设施薄弱,市政雨污管网不完善,房屋附属的排水管网等设施均出现老化破损……要破解顽疾,最直接、最管用的办法,就是改造老城区地下管网,但要耗费极其庞大的人力、财力、物力,何况部分区块已不具备改造条件,这是地方政府不能承受之痛。

这么多年,政府不可谓不重视,各部门及街道不可谓不下功夫,沿线截污、建设污水管网、雨污分流改造、种植水生植物……种种尝试和努力,均有助于缓解河道污染,改善河水生态环境。但因受囿于客观条件,无法从根源上彻底消除河道污染顽疾。

2018年上半年,沈家门外西河南公寓段的河面上就曾出现过成片白色污染物,经了解,为附近居民往河道里倾倒灭火器里的干粉所致。此外,遇到台风、梅季和汛期等恶劣天气,污水还会从破损的管线径流入河道,治水成果一夜之间可能功亏一篑。因此,河道治理任重道远,唯有标本兼治,形成合力,方能奏效。

治理河道需要多方合力,更需要发动市民积极参与。街道及相关部门不妨以更积极的姿态,动员更多市民和社会组织投入到这场旷日持久的环保大战中,出谋划策,共同监督,同时积极引导少数居民改变随意往河道内倾倒垃圾、生活废水等不良行为,以实际行动共同维护老城区河道的整洁。

让“午餐午托”服务走得更远

□呼吸的鱼

新学期,沈家门第四小学根据自愿原则,提供校内“午餐午托”服务,主要面向一年级新生及二至六年级部分学生,得到了该校家长及社会各界的广泛好评。

沈家门第四小学作为一所老城区学校,学校配套设施相对落后,食堂占地面积小,无法容纳更多的学生就餐,学生中午回家就餐必须由家长接送。由于中午休息时间有限,接送孩子和赶去上班成了家长们“不可调和的矛盾”,也使孩子们疲于奔波、午休时间被挤占,一定程度上影响了下午的学习。如果遇上刮风落雨、道路拥堵,就餐路成了堵心路,学生、家长苦不堪言。学校急家长所急,盼家长所盼,克服多方困难,推出“午托”服务,在满足学生就餐刚需的同时,更是将家长从忙碌奔波的状态中解放出来,真正体现了“办人民满意教育”的作为和担当,我们应该为学校点个赞。

“午托”服务的推出,沈四小学生是最大受益者,也是极具幸福感的。当前,我市仍有部分学校无法满足学生中午在校就餐需求,还有不少家长奔波在接送孩子中午就餐的路上。有道是,办法总比困难多。如今市场经济这么发达,相当一部分学校食堂已实现社会化运作,如为解决新城片区,包括定海一部分学校配餐问题,南海学校食堂提供送餐配餐。此举照顾到了每一位在校学生,充分考虑到了“上班族”家长中午接送之难处,这不正是践行群众路线的具体体现吗?

爱心很可贵 制度更可靠

□大力

秋风已起,人们终于告别了暑热。而在这个夏天,不能忘却的是烈日下涌动的拳拳爱心。

这个夏季,社会各界为高温工作者送清凉的爱心活动屡见报端。一杯冷饮、一份清凉礼包,给奔波劳作的快递小哥、环卫工人、交通警察带去了清凉,更带去了关爱。7月上旬开始,我区志愿者组织响应由青山慈善基金会、浙江省妇女儿童基金会联合推出的“为环卫工送遮阳伞,全国百城联动”公益活动,至今已募集善款5680元,定制了1000余顶特制遮阳伞,发送到一线环卫工人手中。

夏日里爱心涌动,体现了城市温度,反映了社会文明。然而,人们在赠人玫瑰手留余香的同时,还应更多地寻求送爱心的常态化、制度化,让所有辛勤劳作的人们都能得到来自社会各界的呵护。

爱心固然可贵,但却并非万能,在很多情况下难免心有余而力不足。就拿高温慰问来说,社会各界往往将爱心有代表性地献给环卫工人等特殊群体,而事实上需要关爱、需要帮助的一线劳动者还有很多。这就需要从制度上举一反三落实劳动保障,让所有劳动者无需志愿者送温暖也能享受到必要的保障。

爱心诚可贵,制度更可靠。政府相关部门应从爱心活动中发现劳动保障的短板和缺陷,进而通过完善保障制度、加强劳动执法来切实维护劳动者权益。企业单位要把社会爱心固化为员工福利,主动为员工创造良好有爱的工作环境。

每逢严寒酷暑,环卫工人等户外劳动者总会成为关注关爱对象,这是他们的劳动性质、工作环境决定的。既然志愿者赠送的遮阳伞遮阳效果不错,而且只需5元一顶,今后能否成为标准配置的装备?用制度把送爱心固定下来,环卫工人的待遇就会越来越好。

(本版署名文章不代表本报立场)

以“创”闯关彰显张力

□江坪

“重要窗口”是一个不断向前、永无止境的创造性过程。眼下,国际上保护主义思潮上升、世界经济低迷、全球市场萎缩……在充满不确定不稳定的外部环境当中,“创”字无疑是于危机中育新机、于变局中开新局的重要手段。只有在谋划上先人一步、在创新上快人一拍、在举措上高人一筹,才能始终掌握主动权,以昂扬向上的姿态破局当前困难挑战。

党员干部要有“创”的昂扬斗志。党员干部的干事状态,很大程度上决定了事业的呈现状态。进入新发展阶段,党员干部要克服得过且过的惰性、具备敢冒失败风险的担当。特别是对于平时都在做、司空见惯的工作,决不能安于现状、故步自封,既要有“明知山有虎、偏向虎山行”的勇气,也要有破解新难题、找到新办法的闯劲,只有这样才能推动各项工作

破浪前行。

政府部门要有“创”的切实举措。面对错综复杂的基层社会矛盾,为什么诸暨的“枫桥经验”能与时俱进,成为各地借鉴的样板?应对突如其来的疫情,为什么浙江“健康码”能走向全国,成为数字化防控的典型?这背后无不体现着创新驱动的力量。各部门要保持创新理念的紧迫感,只有坚持利民为本、法治为基、整体智治、高效协同的理念,让创新思维成为一种习惯,才能以求新求变的活力冲破束缚,创出新天地。其次,要敢于革旧图新,将理念付之于具体行动。以政府数字化转型带动经济、社会、文化、生态等各方面发生创新裂变,将改革创新贯穿于经济社会发展各个领域、各个环节。

企业要“创”字当头,奋勇进取。正在形成的新发展格局,蕴藏着许多

月饼吃得是“颜值”还是“内涵”

□子陌

今年的中秋和国庆在同一天,家国情怀在这个时间线上有了奇妙的重合。所以,这个秋天,第一杯奶茶喝不喝也许没那么重要,但是这第一块月饼还是值得一吃的。

中国人的饮食之中往往深藏文化与情怀的意蕴,尤其是像月饼这样与时令、节日紧密相关的食品,承载着许多“吃”之外的含义。也正因为它“礼”的特性,所以月饼曾经被赋予高档礼品的属性。过度包装、过度搭配,使得这种本来只为烘托节日气氛的礼尚往来之品,成为了人际交往中

一临近中秋就天天排起长队,凭的就是地道的家乡口味。所以,在月饼界,并非“颜值即正义”,只要商家将更多功夫用在用料和制作上,低调的“内涵”才能长久留住“吃粉”。

返璞归真当然是月饼界的清流,但是“跨界”也有精彩处。这几年,月饼的新玩法也是层出不穷,咖啡+、奶茶+,甚至文玩+,玩出了不少新意。与传统月饼相比,这类月饼更注重个性化的包装、多样化的口味和互联网式的营销,倾注了商家的品牌调性和文化概念。对于年轻的消费群体来

说,他们在传统食品中寻找到了时尚元素,获得了文化共情的愉悦。

其实不管是传统月饼,还是网红月饼,作为一种具有文化属性的消费品,它们都承载着人们对美好生活的期许,也折射出生活方式的转变。但月饼毕竟只是月饼,它可以好玩、好吃,却不应该成为奢侈浪费的借口,更不能成为利益交换的筹码。对于老百姓来说,合理健康消费才有益身心,对于商家来说,提升产品品质、保证服务质量才是正道。

老城要在改造中实现有机更新

□周言

边缘化”现象更加凸显。城市在扩容提质的过程中,需要这些“边缘地带”的融入与延展,而区域内居民也有对生活品质提升的迫切需求,因此旧城区的改造不可避免,关键在如何改?又如何 在改的基础上实现城市的有机更新?

城市的改造涉及千家万户,因为与百姓利益休戚相关,所以也面临众口难调的难。有许多问题琐碎却实际,比如电梯的安装如何能既满足高层居民的需求又不影响低层居民的采光?小区垃圾投放点的设

置如何能既便民又不扰民?这些都考验治理者的智慧。虽然没有万全之策,但需要找到一个利益的折中平衡点。

城市改造的巧思既来源于治理能力,也来源于民间智慧,所以要学会问计于民。旧城改造的最终目的是为了不断满足人民群众对美好生活的向往。因此,在改造过程中,必须充分倾听民声、采纳民意、顺应民心,汲取群众的智慧,凝聚群众的力量,力争将好事办好。

对于老旧小区来说,这个改造既

直播虽好还需产品支撑

□小井

平台销售海鲜,同样赚得盆满钵溢。

销售方式的转型,之所以是一场深刻的变革,不仅在于对经营者提出了熟练运用网络技能的要求,更在于对产品形式和内涵有了全新的要求。学会操作电脑、网络直播并非难事,但仅此而已是远远不够的。眼下的网络直播固然生意不错,但假如更多人加入其中,销售量还能否扶摇直上?不一定。因为全国各地的消费者口味大不相同,相当一部分人并不喜好“透骨新鲜”,而有些人虽然爱吃海鲜,但只会吃不会做。显然,开拓网络市场,需要形式多样的成熟产品。

严格地说,我们一直在卖的海鲜,只是未经加工的原料,而不是可

以直接端上餐桌的产品。别说内地消费者会知难而退,就是不会烧菜的舟山人也会束手无策。最近,笔者从网上买了些红烧带鱼罐头,有五香、香辣等多种口味,每个不到5元钱,每餐吃一个正好。令人难堪的是,那是烟台产的,舟山目前没有生产这种罐头海鲜。

品质优异的舟山海鲜一直是皇帝的女儿不愁嫁,但在网络经济时代,却面临不进则退的挑战。以前做的是订单生意,只要卖原料就可以了,至于接下来是当鲜品卖,还是加工了再卖,那是人家的事。在网络直播的语境下,产地直接与终端消费者见面,只卖原料就会曲高和寡。有道是,春江水暖鸭先

知。90后电商姚军已在实践中敏锐地感知到了这一点,他认为与销售形式的创新相比,产品创新更为重要。前不久,他试销香辣梭子蟹和椒盐梭子蟹,最多时一天销售了2000余件。这真是,直播之下,产品为王。

把海鲜做成适合各地消费者的产品难吗?当然难,但比技术创新更难的是观念转变。在新形势下,失去网络空间就等于失去市场份额。坚持以国内市场为主体,参与国际、国内两个市场大循环,就必须拿出可以直接面对消费者的过硬产品。舟山海鲜美名远播,何愁做不出开袋即食的好味道。

