

第一篇：旅游发展不能靠“一锤子买卖”

【热点背景】

近日，一段以“雪乡导游卖套票”“女导游称游客是羊”等为题的视频在网络上广泛流传。在视频里，一名导游为了兜售 1680 元的游乐项目，称“中国雪乡这个地方，一年 12 个月，它只营业 3 个月，所以经常有人说的一句话‘九个月磨刀，三个月宰羊’，谁是羊啊，大家都是羊”，引发网民热议。目前，国家旅游局已责成黑龙江省旅游委调查核实，涉事导游、旅行社已被初步查明，或将面临严肃处理。

无独有偶，近日，一则关于黑龙江雪乡“坑”游客的帖子也在网上热传。有游客发文称，在雪乡遭客栈老板“坐地起价”，自己要求退房后还被威胁先给好评才能退钱。一时间，因为洁白雪景而闻名的雪乡被推到了风口浪尖。黑龙江省大海林林业地区旅游局回应此事称，已对涉事家庭旅馆进行了 5 万余元的处罚，网帖部分内容不实，将考虑走法律程序。

2012 年的“三亚宰客”事件曾一度成为当时网络上出现频率最高的热词之一，同时也将三亚这座旅游城市推上了风口浪尖。而就在近日，一段三亚“第一市场”周边数十家海鲜加工店联合呼吁抵制“拉客”“宰客”的视频，在网上热传。据报道，这些商户们打出这些横幅，是因为当地有几家店铺违规经营，给海鲜市场带来了负面影响。三亚官方回应，经巡查暗访，对该市场两家海鲜加工店分别做出停止经营活动、吊销营业执照的处罚。

【综合分析】

无论是“青岛天价大虾”还是“云南导游打人”事件，都是经过消费者在网上曝光视频后，地方旅游局等管理部门等部门介入调查，对涉事商户进行罚款、停业整顿等处罚。实际上，单纯依靠消费者维权，宰客问题终将难以得到有效解决，而这种被动治理的问题，也凸显出当前旅游管理部门对旅游乱象的整治力度远远不能解决频发的宰客问题。

国家旅游局数次发文要求整顿旅游市场秩序，但为何总是难以切实解决问题？不容忽视的一点是，当前经营者的违法成本过低，导致处罚力度远不足以阻止经营者“宰客”，违规受罚与黑心“宰客”获利相比，也使商家容易不计后果做“一锤子买卖”。在 2015 年，国家旅游局就曾专门发文，提出处罚标准，如旅行社停业整顿，吊销经营许可证；处违法所得 5 倍罚款等相关规定，但不落实的政策永远只是一纸空文。与此同时，由于旅游消费多产生于外地游客，消费者维权成本过高，一般而言消费者没有时间、精力与商家过多纠缠，也导致经营者心存侥幸，以为消费者会吃下这个“哑巴亏”。而部分执法部门对于消费者的合理诉求推脱、敷衍、不作为，甚至地方管理部门明目张胆的包庇商家，严重侵害游客利益，也严重干扰行业秩序。个别商户的违规经营，都有可能殃及整个地区的旅游招牌。在这块招牌之下，所有的商家都处于一种“一损俱损，一荣俱荣”的市场利益共同体中。一旦恶名传开，对当地旅游业，对诚实经营者，都将造成不可挽回的名誉损失，可谓是“竭泽而渔”。

【对策】

想要真正杜绝宰客事件，不仅需要经营者诚实守信。对旅游地而言，该有意识地培育一种基于利益共同体的市场自律意识；对监管部门来说，创造条件引导市场主体增强自律意识，并辅助以严格的“他律”，两者互相呼应，才是日后加强监管的重点。同时，消费者也要勇于为自己维权，勇于向侵犯自身合法权益的行为说不，并采取法律手段维护自身的合法权益。

第二篇：快递污染

【热点背景】

据国家邮政局数据显示，2017 年前三季度，全国快递服务企业业务量完成 273.9 亿件，

同比增长 29.8%;业务收入完成 3425 亿元, 同比增长 26.7%。海量的快递带来了海量包装废弃物。在享受这些网络购物狂欢的同时, 伴随物流订单的增加, 快递垃圾量也在增加, 造成不容忽视的浪费和污染问题。

北京印刷学院青岛研究院副院长朱磊之前在接受媒体采访时指出, 目前我国快递业中纸板和塑料实际回收率不到 10%, 这些包装大多被直接送进垃圾场填埋, 给城市环境带来非常大的压力。我国包装物的总体回收率不到 20%。而在一些发达国家, 纸板类包装物回收利用率达 45%左右, 塑料类包装物回收率则在 25%左右。

【问题】

1.污染环境。目前大部分快递包装材料无法有效回收, 尤其塑料材质的胶带需上百年才能完全降解, 对环境产生的污染不可小觑。

2.增加消费者经济负担。快递包装的费用一定程度上转嫁到消费者身上, 同样的商品过度包装则需要付出更高的价格。

3.回收意识不足。大部分的包装经过合理的拆开方式完全可以再利用, 但消费者普遍不知道合理拆包装的方法。

【对策】

1.财政补贴: 鼓励使用可降解材质, 财政可适当补贴。而对回收价值不大的包装材料, 需要启动税负调节, 谁使用, 谁善后, 倒逼非绿色包装材质退出市场。

2.规范快递行业。快递的各个环节都有标准可依, 化解包装之困才能成真。在缺乏“行规”的情况下, 快递行业自弹自唱, 不可避免会导致快递包装物使用乱象丛生。作为快递企业, 有义务在收寄、分拣、封发、运输、派送等环节减少对包装的消耗和环境污染, 配合生产企业建立废旧包装回收设施。

3.提高消费者回收意识。快递行业构建包装材料回收体系需要社会化的配合。对包装物的回收, 激励机制不可或缺, 无论是押金制, 还是返还积分、赠送折扣等, 都值得探索推广, 最终扩大覆盖范围, 实现回收行为的常态化。

第三篇：“舌尖安全”莫忘农村

【背景链接】

2018 年 3 月, 西部某市发布的一项消费调查报告显示: 农村商超假货问题严重。这份调查发现, 该市有 66%的用户在乡镇线下超市买过假货, 其中食品占一半以上。花了买“正品”的钱, 买到的却是“杂牌货”, 破财生气不说, 还有的过期食品翻新登场, 或是“三无”食品卫生不达标, 严重威胁农村群众的身体健康。

【专家解读】

近年来, 我国食品安全形势不断好转, 可是, 随着城市食品安全监管力度的加大, 一些不法商贩动起了问题食品“上山下乡”的歪脑筋, 铤而走险把假酒、假保健品等以低价销售到农村市场, 致使一些农村地区成为“消废市场”。在一些农村超市, 还出现了大量“山寨”货, 比如, 冒充“可比克薯片”的“乐比克薯条”、模仿“奥利奥”饼干的“澳丽澳”饼干, 甚至出现了冒充“大白兔”奶糖的“小白兔”奶糖, 可谓五花八门、无奇不有。

农村食品销售有“三多三少”的特殊性: 食品经营网点多, 流动摊点多, 农畜产品多; 边远地区规范管理少, 证件齐全的少, 主动检疫的少。面对“点多面广”的客观现实, 食品监管单位人手不足, 检测投入大, 不同程度存在着成本高、力量弱、处罚难等问题。另外, 有些农村地区不少小作坊、小商贩还在进行无生产厂家、无生产日期、无保质期、无食品生产许可、无食品标签的“五无”食品及“山寨食品”的生产和销售。

目前, 不少农村群众还没有养成购买食品索要发票或者凭证的习惯。即便遇到食品安全问题, 也很少有人主动运用法律武器维护自身合法权益。另外, 很多村民购买食品时通常首

先考虑价格，贪图便宜，对食品安全和质量关注不够，再加上对问题食品鉴别力差，一定程度上也给假冒伪劣食品提供了生存空间。

【对策】

农村食品安全关系到农民的获得感、幸福感、安全感。在实现乡村振兴的新征程上，不能让假冒伪劣食品成为其中的一块绊脚石。

一方面，捍卫农村“舌尖上的安全”，应重点提高基层监管能力，把力量下沉，围绕群众反映强烈的突出问题，让监管关口下移。对城乡接合部、农村村镇、校园及其周边等重点区域，对涉及农村群众的日常大宗消费食品、低价食品、小作坊食品等重点品种，开展专项检查行动，打通“监管毛细血管”，建立全方位覆盖和城乡一体化监管体系。同时，企业是食品生产经营主体，也是责任主体，应对其强化过程控制和日常管理，确保销售食品来源可查、去向可追。对出现问题食品的地方，要深挖产业链，将相关违法犯罪分子绳之以法。

另一方面，捍卫农村“舌尖上的安全”，必须扩大“朋友圈”，形成合力。农村食品安全是一项系统工程，卫生、质监、科技、教育等部门应加强沟通协调、密切配合。比如，构建完整顺畅的农村商贸流通体系，打通商品从厂家到农村的“最后一公里”，大力发展农村电商等现代流通新形式、新业态，让正牌商品更便捷地进入农民家中；加强农村食品安全宣传，通过增强维权意识，让村民参与到打击“假冒伪劣食品”的行动中来。多方共同发力，筑牢农村食品安全“防护网”，让农村食品市场更安全，让农村消费者吃得更安心。

第四篇：人才强国

一、名言论述

【选人】

1、我劝天公重抖擞，不拘一格降人才。——龚自珍

“我劝天公重抖擞，不拘一格降人才”。100多年前，诗人龚自珍痛感于清廷衰弱腐朽，国家内忧外患，发出了这样的呼唤，令人赞叹。习近平同志引用这一诗句，提出的正是如何选拔人才的问题。适用于选贤任能。

【用人】

2、人能尽其才则百事兴。——孙中山

适用于自主创新，企业要完善激励机制，培训。

【素材】粟裕一步步由士兵成长至将军，既没上过军校也未曾出国留学，但在战争实践中积累出非凡的军事才能；解放战争时期，毛泽东同志对粟裕大胆任用，充分信任，堪称使用人才的典范。这启示我们，不仅应尽可能敞开进贤之门，让有真才实学者脱颖而出，还要放手使用，给他们创造一展所长的舞台。

【吸引人】

3、栽好梧桐树，引得凤凰来。（吸引人才）

【素材】曾几何时，我们有过“搞导弹不如卖茶叶蛋”的喟叹。今天，这样的困惑已一去不复返。无论是万众瞩目的“万人计划”，还是一浪高过一浪的“海归潮”，创造最佳条件去吸引人才，已经成为社会共识。“浙江红卡”制度推出，向来浙创业创新、硕士以上学位的海外高层次人才发放“浙江省海外高层次人才居住证”，持证的海归人才可以在住房、贷款、出入境、子女就学等方面获得便利。

二、范文

范文一

创新蓝领人才，建人才强国

随着经济全球化趋势的日益增强和科技革命的迅猛发展，蓝领人才尤其是创新蓝领人才，已成为生产力发展的核心要素。

发达国家凭借其强大的经济科技实力和优越的工作生活条件，在全球范围内争夺人才。我国也成为其攫取、“收割”人才的重要战场。在这种形势下，我国的人才竞争越来越激烈，并呈现出“国内竞争国际化、国际竞争国内化”的特点。为在新世纪的激烈竞争中抢占制高点，党中央高瞻远瞩，及时作出实施人才战略，走人才强国之路的重大决策。我们必须站在时代的高度，以新的观念和广阔的视野来审视、确立人才工作的整体思路，采取切实有效的措施，加快人才队伍建设和人力资源开发，即放弃偏见，尊重并加大力度培养蓝领人才。

目前，旧的观念依然影响人才的培养和使用。我们要努力解放思想，转变观念，牢固树立“人才资源是第一资源”的观念。要充分认识到人才在建设有中国特色社会主义事业中的重要地位，人才资源是社会主义现代化建设中最为宝贵的战略资源，充分认识到人才资源开发在推动经济发展与社会进步方面的巨大作用。人才培养的投入是最具有经济和社会综合效益的生产性投入，是收益最大的投入。我们要不断扩大和完善人才培养体系，千方百计扩大人才队伍的总体规模，尽快培养一大批急需的高层次蓝领人才，为我们的事业提供充足、坚实的人才保证。

要从制度和机制入手，深化改革，尽快建立和完善有利于适应社会主义市场经济需要，有利于蓝领人才公平竞争、脱颖而出、发挥作用、充满活力的人才管理模式，形成有效的人才竞争机制，建立科学的人才激励机制。

中华民族伟大复兴的历史使命，迫切需要建设一支规模宏大、富有创新能力的高素质蓝领人才队伍。让我们用伟大的事业来凝聚人才，用崇高的精神来鼓励人才，用真挚的感情来关心人才，用适当的物质待遇来吸引蓝领人才，营造出尊重特点、鼓励创新、信任理解的宽松氛围和人才辈出、人尽其才的良好环境，努力把人口大国建设成为人才大国、人才强国。

范文二

实施人才强国战略 打赢全球智力战争

秦孝公发布求贤令、设立招贤馆，广延山东士子，最终席卷天下、包举宇内、囊括四海、并吞八荒；而清政府人才凋零，贤退愚进，终于国家頽亡、自弃天下，名士龚自珍不禁长叹“我劝天公重抖擞，不拘一格降人才”。可见，人才是国家发展最强劲的发动机。而我国正面临着人才结构不合理、高端人才匮乏、海外流失严重等问题，在国际智力竞争中处于下风。故此，唯有大力推进人才强国战略，才能打赢全球智力战争。

人才强国战略是培养人才的孵化器。当前，我国人才培养结构还不甚合理，高端人才比较匮乏、一般人才又有富余，形成结构性人才匮乏，面临着量大质劣的问题。而现代全球人才战争，不仅仅是人才数量的竞争，更是人才质量的博弈；量大质劣的人才结构势必削弱我国人才竞争能力。所以，推进人才强国战略，就要改革教育体制，集中资源培养一批高精尖人才，才能逐步形成高低搭配、质数均衡的人才结构。

人才强国战略是延揽人才的集结号。当今天下，人才具有极强的流动性；规范、有序、合理的人才流动有利于优化我国人才结构，提升人才整体质量。而我国在大量流失人才的同时，海外人才引进工作却乏善可陈。因此，发现和培养人才也要坚持两手抓，两手都要硬，要统筹利用好国内与国际人才资源。既要下大力气狠抓本土人才培养，也要大胆地走出去，扎实推进海外高端人才招聘工作，延揽天下英雄为我所用，有利于形成“中外互补，相互交流，进出有序，以我为主”的格局。

人才强国战略是激励人才的冲锋号。要想充分发挥人才的巨大威力，仅仅培养和延揽人才还远远不够，关键是要不断地激励人才。而我国部分地区和单位还存在漠视人才、闲置人才甚至浪费人才的现象，在精神上轻视人才、在物质上亏待人才、在工作上压制人才的现象还屡见不鲜，导致大量人才外流，暴露出人才激励机制还存在软肋。这是对人才的浪费，对知识的浪费，更是对人才强国战略的蔑视。故此，推行人才强国战略就必须在体制、机制、环境、物质和精神等各个方面进行强力改革，形成重视人才、呵护人才、发展人才、成就人

才的良好风尚，有利于形成激励人才的长效机制。

唐太宗面对天下士子曾自豪地宣称：“天下英雄，尽入吾彀中矣”，遂成煌煌盛唐、名垂青史。我们也当效法前贤，大力推进人才强国战略，不断深化人才培养与激励机制，切实推进人才培养、使用与激励工作，为人才提供宽松、自由、民主、温暖的工作氛围和广阔的发展平台，就一定能够揽尽天下英雄，形成发展合力，彻底打赢全球人才战争！

第五篇：“公民同招”是给“择校热”降温的好棋

【背景链接】

3月10日至3月31日，在上海市正式宣布义务教育阶段“公民同招”后，上海所有的公立中小学校都拿出了“看家本领”，它们会在近一个月里向家长、学生预约开放，邀请家长、学生来学校看看，进入小学、初中后究竟要学哪些本事。今年的情况尤为特殊，这是上海实施义务教育阶段“公民同招”后的首个公办校校园开放日。

【综合分析】

“公民同招”是给“择校热”降温的一招好棋。上海过去的情况是，民办学校可以择优录取学生，民办小学、中学可以在入学前通过面谈、IPAD机测等方式挑选优质生源，而公办学校则必须就近录取对口学区的学生。民办校招生时间，比公办校对录取时间提前了半个月到一个月。事实上，这种“先民后公”的招生方式，在全国是普遍现象。现在实行“公民同招”，给优质公办学校带来极大的利好：可以留住优质的对口生源。

当前，不少地方在义务教育阶段招生上优待民办学校的目的，一方面是为了保障民办学校的自主招生优先权；另一方面在于扶持民办学校，让民办学校抢占招到优秀生源的先机，生源优秀，教育成果就会优秀，以后的招生就不困难，发展就有前景，这样才能为地方经济多作贡献。公办学校则一直处于“皇帝的女儿不愁嫁”的稳定状态。

但事实证明，民办学校的提前“掐尖”已加剧了“择校热”的持续升温，因为它们往往会对优先进行的招生报名、测试等环节轮番炒作，即便不准测试，仍要通过多种渠道招揽生源，暗中进行测试与挑选。在民办学校的提前“掐尖”面前，不少优质公办学校也不能淡定，其不想变得弱势，也就难免会着急忙慌地争抢优秀生源。在抢生源的大战中，优秀的民办与公办学校大受追捧，招生快被“撑死”，一些相对弱势的公办学校则“饿得慌”，从而形成强者更强、弱者更弱的教育怪圈。这种情况，在地方如此，在全国范围内也是如此。

【参考对策】

要让“择校热”真正降温，消减民办学校的招生优先权，实行“公民同招”是一个重要抓手。报道称，上海在义务教育阶段实行“公民同招”的做法是，不管学生是选择民办还是选择公办，在同一时间段内统一进行入学信息登记，同步网上报名，同步进行公办小学第一批验证和民办小学面谈。对民办学校与公办学校可谓一视同仁，让二者公平竞争，这样一来，优先抢生源的畸形现状将会有所改善。同时，对于收费越来越高的择校来说，这也确实是釜底抽薪。

第六篇：完善职业教育 弘扬劳模精神

【背景链接】

十九大报告指出，完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作；建设知识型、技能型、创新型劳动者大军，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气。为职业教育发展指明了方向，规划了前景。

党的十九大报告指出，“完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作”“大规模开展职业技能培训，注重解决结构性就业矛盾，鼓励创业带动就业”“建设知识型、技能型、创新型劳动者大军，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气”，为职业教育发展指明了方向，规划了前景。

【综合分析】

近年来，职业教育中一种“蓝金领”概念的出现，高度契合了十九大对职业教育的理解和期望。前不久，东海之滨的一所普通中职学校——浙江舟山职业技术学校的一名普通教师张赛芬在《人民日报》上发声：“我希望自己培养出的学生都是‘蓝金领’。”凝练的表达，道出了“调结构、转方向”关键时期对产业人才的全新定位，“既能发挥专业技术所长，为自己赢得体面而有尊严的生活，更能承担起社会责任，为国家发展做出应有贡献。”“蓝金领”的出现，既是一种“蓝领”的社会理想，也是时势造英雄的使然。为了国家经济社会发展、民族复兴的需要，中国正全力夯实实体经济基础。国家出台了“一带一路”、新型城镇化、《中国制造 2025》等事关国家民族未来的建设规划，推进“调结构、转方向”发展模式转变，积极促进产业结构转型升级、城市功能优化调整。这些都提出了新的人才需求，同时也为“蓝领”升级为“蓝金领”提供了宏大的时代背景。

【对策】

2017 年年初，教育部、人社部和工信部印发《制造业人才发展规划指南》。根据《指南》，到 2020 年，新一代信息技术产业、电力装备、高档数控机床和机器人、新材料将成为人才缺口最大的几个专业，其中新一代信息技术产业人才缺口将达到 750 万人。

在关注未来制造业人才需求的同时，也应该看到当前社会生产力的主力人群的特点。这一人群的年龄结构已经从“80 后”向“90 后”“00 后”变化，改革开放所创造的物质财富，使得这一部分年轻人越来越多地从关注物质的满足转变到注重精神层面的满足。马斯洛的需求层次理论中的“尊重需求”和“自我实现需求”重要性凸显。因此，重点关注人力资本的挖掘、开发、利用、提升，要通过劳动力再生产，实现从初级向高级、从传统型向现代型、从单一型向复合型的转型，使其把自身岗位作为实现梦想的地方、把从事的产业作为实现自我理想的依托，实现成功就业和创业。

要使“蓝领”升级为“蓝金领”，首先，需要从人自身全面发展和国家产业振兴、民族伟大复兴两个方面来综合定位人才培养目标。既要通过长期系统的培养，使其熟练掌握“绝活绝技”，把自身历练成为“大国工匠”；又要注意通识教育与社会能力即关键能力的培养，提升其就业创业的综合能力。

其次，要营造一个崇尚劳动、尊重劳动的社会氛围，提供相应的人事制度，用人标准，教育培训、就业辅导、创业支持的支撑体系。构建政府、企业、社会“三位一体”的关怀服务系统，特别是要重视社会工作事务所等社会公益组织，通过提供深层次人性关怀活动来提升产业劳动者的归属感、幸福感、成就感。

再次，地方政府要建立和完善相应的教育培训体制机制，包括动力机制、市场机制、投资机制、信息机制等，提升区域集群的组织能力。建立区域公共教育培训服务机构、评价机构等，组织专家对教育培训进行调研，摸清情况，分析劳动力与人才需求结构，实现“精准施策”。

最后，“蓝领”还要发挥自身内在成长的力量。将外部的教育力量和内部核心骨干人员的带动性、示范性相结合，通过外部教育力量的引导和规范，以及内部核心骨干人员的亲身示范和积极协调，使教育培训过程产生正面效应，增加实效性与吸引力。

职业教育的转变是每个国家的必要途径。也是发展中国家到发达国家的华丽转身的必由之路。通过以上的综合发力，实现“蓝领”的“华丽转身”，升级为“蓝金领”，在新时代下实现黄炎培先生所说的“使无业者有业，使有业者乐业”的理想，让每个人都有人生出彩

机会!

第七篇：互联网+文化

“互联网+文化”将成“十三五”新的经济增长点

2015年3月5日李克强总理在政府工作报告中提出“大众创业，万众创新”，文化产业作为最具创新潜力的产业之一在提升国家和区域综合竞争力方面发挥着越来越重要的作用。近年来的实践表明，文化创意产业的发展不能仅仅依靠专业人士的技术，更需要依靠科技创新成果的驱动，才能使其具有可持续的发展动力。

“互联网+文化”具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。根据统计，2014年北京举办的第二届惠民文化消费季的短短两个月，主办方整合演出场所、电影院线、电商平台、知名书店，推出了低票价演出、电影展映、图书阅读、动漫游戏等诸多活动，累计消费金额达101.4亿元。由此可见，“互联网+文化”极大激发了大众的消费意愿，消除了各产业间的壁垒。推进文化与科技的深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、催生新业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径。

“互联网+各个传统行业”并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的经济发展业态。它代表一种新的社会形态，即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济和社会各领域之中，提升全社会的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。几十年来，“互联网+”已经改造及影响了多个行业，当前大众耳熟能详的电子商务、互联网金融、在线旅游、在线影视、在线房产等行业都是“互联网+”的杰作。

作为最具创造性的文化创意产业，在发展转变的过程中与科技成果相融合，就更不能离开互联网。根据统计资料预测到2016年底互联网文化产业占比将达到70%。中国的文化产业结构正发生巨大变化，传统文化产业的转型升级已迫在眉睫，互联网企业正在主导文化产业并购和资源整合。

在“互联网+”的网络新思维的指引下，围绕文化与科技深度融合的发展现状，互联网思维正在为中国文化创意产业提供前所未有的巨大机遇，“互联网+文化”也将成为我国在“十三五”阶段新的经济增长点，在未来五年规划中应从三个方面推动文化创意产业的发展：

(一)扶持引导互联网文化企业成为产业的支撑点。

要立足现有的文化创意产业基础和优势，着重在数字图书期刊出版、网络影视、网络游戏等发展较好的领域继续做强做优，发挥它们对其他领域的示范辐射作用。要鼓励互联网文化产业与文化事业、社会公共服务的有机结合，以多形式吸纳社会资本、商业资本进入公共网络文化服务体系建设，加大网络文化产业在文化信息资源共享工程、公共网络信息库和数据库中的合作力度。

同时扶植建立起全国在文化领域的优势龙头企业，依托龙头企业的带动作用，整合区域内文化产业资源，实现地域辐射，以此为中心完善整个产业链的布局与建设。对于同类型的小微文化企业，要采取积极的政策帮扶；对于不适应市场需求的文化企业要限期整改以备进一步采取并购联合。优势龙头企业是文化内涵的缩影，不仅对上下游产业起到带动作用，更为地区精神文化生活注入了无尽活力。文化传承与经济利益在优势龙头企业的发展中融汇交织，给本地区精神与物质文化生活提供了双重保障。

(二)提升网络传播的效果和影响力，规范舆论引导。

当前复杂的网络舆论环境对群众的思想文化与观念塑造起着巨大的影响，互联网文化创意产业必须着力强化网络传播效能及其文化引导实力。立足新媒介的基础优势与发展态势，大力加强在全媒体语境下的传播引导能力建设。强调电子报刊、网络广播、IPTV、三网融合、移动互联网等新媒介产业在传媒体系中的创新引领地位，注重网络电视、网络音乐、网络文学、多媒体数据库等新型网络文化元素中的舆论规范引导。发挥北京、上海、深圳等具有高度集聚性和强大传播力的大城市功能，使之成为城市舆论引导、城市文化传播、城市形象构建中的支柱力量。注重重点媒体与民间网络议程的协调，增强城市舆论场的内聚力。增进政府传播的沟通渠道与效能，拓宽政府在网络平台中对民众信息公开、公共服务、舆情引导的实际效果。

(三)为互联网文化企业的发展创造良好的政策环境。

营造良好的文化产业发展环境不仅可以为企业减轻思想与观念上的束缚，更可以使整个产业得以良性向前发展，有利于企业创造力的发挥。就文化企业而言，良好的发展环境包括政府宽松的政策导向、通畅的进出口流通渠道、便捷的融资服务和非垄断充分竞争的市场格局。它不仅可以让每一家企业在统一、宽松的环境下公平竞争，还可以让购买文化产品与服务的消费者得到物有所值的消费体验。决策者应该意识到，政府的干预过度往往会增加企业的成本消耗，从而打击文化企业的发展热情；而产品服务若非公众所需，也势必削弱消费者的购买热情。可见，良好的文化产业发展环境不仅有利于文化企业自身健康发展，更能够在深层次上提升居民的文化消费比重，改变文化类产品消费不足的现状，真正实现扩大内需的发展目标。

第八篇：厕所革命

一、背景链接

2017年11月29日，习近平总书记就旅游系统推进“厕所革命”工作取得的成效作出重要指示。他强调，两年多来，旅游系统坚持不懈推进“厕所革命”，体现了真抓实干、努力解决实际问题的工作态度和作风。习近平指出，厕所问题不是小事情，是城乡文明建设的重要方面，不但景区、城市要抓，农村也要抓，要把这项工作作为乡村振兴战略的一项具体工作来推进，努力补齐这块影响群众生活品质的短板。

二、综合分析

[分析]

纵观全球，厕所问题是大多数发展中国家面临的共同难题，一些发达国家也有不尽如人意之处。很长一段时间以来，厕所也是我国旅游业最突出的薄弱环节，是我国社会文明和公共服务体系的一块短板。从历史来看，几千年来形成的厕所文化缺失及顽固的如厕陋习，制约着厕所文明的提升；从现实来看，中国经济高速增长和旅游业快速发展催生了对厕所的现实需求，厕所脏、乱、差、少、偏，成为人民群众和广大游客反映最强烈的问题之一。

小厕所，大民生。厕所问题不仅关系旅游环境的改善，也关系广大人民群众生活品质的改善，关系国民素质提升、社会文明进步。厕所问题不是小事情，厕所文明是大国文明的有机组成部分，厕所卫生关系人民群众健康生活，特别是水污染治理以及农业安全生产。然而也要看到，“三面墙，两块砖，一个坑”，曾是农村厕所的典型形象，“难找、难看、难闻、难用”，也曾是困扰城市公厕多年的典型问题。厕所的状况，首先关乎百姓生活，从整体看更折射文明风尚、关系国家形象。站在新时代审视，能否提高厕所服务水平，已经成为影响人民生活品质的因素。

[存在问题]

旅游业“厕所革命”的成就，激发了全社会的公厕改进以及农村“厕所革命”的热情，

也积累了一些可行之道。但是囿于行政范围的限制，这些经验并未在全社会“厕所革命”中发挥应有的作用。其经验和效果尽管并不能完全照搬，但如果赋予权限、加以推广，当能发挥出更大的效应。

当前推动“厕所革命”的主体五花八门，卫生系统、城管系统、旅游系统、交通系统等往往各自为营、各自为战。这就造成缺乏统筹，缺乏统一的协调和领导，有些地方领导重视，厕所建得非常好，但有些地方尤其是广大农村地区，常常陷于无人管的境地。在推进“厕所革命”中，“九龙治水”的弊端尤须注意。

当前，无论政府部门出力多大、用力多勤，自上而下的推动也有力有不逮的地方。尤其是这样一项涉及每家每户的民生问题，没有民众的主动参与，没有社会组织的大力配合，“厕所革命”终究是政府的独角戏，已经给民众带来的幸福感也可能难以为继。

[参考对策]

第一，“厕所革命”体现变革性。解决厕所问题和垃圾分类两件民生大事可以统筹起来看，在升级改造家庭厕所之外，可以着力把遍布城乡的公厕定位为资源循环利用中心，使其发挥高品质公厕服务功能，成为资源循环利用的前端支点。深化“厕所革命”，实现公厕服务均等化和垃圾分类体系同覆盖，打造覆盖城乡社区的生产、生活、生态系统服务网络，推动实现“三系合一”，提升人民群众的生活品质。

第二，“厕所革命”是一场广泛而深刻的变革，其出发点正在于补齐现代生活公共服务体系和社会文明的短板，需要我们从思想认识、文化观念、政策措施、体制机制等各方面统筹谋划、分类实施。根据城市社区和农村社区需求侧的不同，也需要有针对性地进行建筑设计和空间功能布局。城市应更加注重人均厕位拥有量，社区垃圾分类以及服务的便民性。农村地区则需要更加注重与分散式小型污水处理设施融合，集成更多公共服务，开展农村垃圾分类等。

第三，推进“厕所革命”，是决胜全面建成小康社会的重要内容，必须坚持补短板、强弱项，不仅景区、城市要搞好厕所，农村更要来场“厕所革命”。既抓好硬件建设，也注重养成文明如厕习惯，既讲究清洁干净，又兼顾经济实用，让农村群众用上卫生的厕所，让“厕所革命”成为树立文明新风、推动乡村振兴的重要发力点。

第九篇：家庭医生是百姓健康的新需求

【背景链接】

《关于推进家庭医生签约服务的指导意见》要求，到2017年，家庭医生签约服务覆盖率达到30%以上，重点人群签约服务覆盖率达到60%以上。

日前，针对引起广泛质疑的“我国超过5亿人有家庭医生”报道，有关部门回应，家庭医生不是私人医生，推进家庭医生签约服务是方便群众看病就医的重要举措，全国签约人数目前已完成任务目标，但签约服务的推进还不平衡、服务质量仍有待提高。话题背后，折射出百姓健康的新需求。

【综合分析】

家庭医生不只是一种职业的称呼，更像是一个家庭的“健康管家”，帮助居民养成健康生活方式、不生病或少生病，体现的是基层服务模式与大医院服务模式的不同。

[原因]

改革开放以来，“赤脚医生”淡出历史舞台，我国医疗“金字塔”结构发生倒置，大专家主要聚集在三甲医院的“塔尖”上，社区医生身居“塔底”。但他们普遍存在学历低、职称低、知识老化、经验缺乏等问题，无力承担健康“守门人”的职责。

提高国民健康水平，提供全方位全周期的健康服务，家庭医生是一个突破口。当前，随

着中国社会的老龄化、城镇化和慢性病高发等诸多挑战，以医院为中心的医疗模式难以充分满足群众需求。居民看病就医集中到大医院，“全国人民上协和”的现象，也不利于改善就医环境、均衡医疗资源、合理控制医疗费用等。

从“上医院”转向“看医生”，家庭医生制度也是许多国家的通行做法和成功经验。然而目前，我国家庭医生签约服务工作仍处于起步阶段，居民认可程度较低，基层服务供给能力较为匮乏，这成为此次大家“吐槽”的重要背景。

[面临的困难]

一是家庭医生特别是全科医生的数量不够，距离 2020 年每万城乡居民 2-3 名合格的全科医生目标还有一定的差距。

二是签约服务质量不高，一些基层医疗卫生机构向居民提供的签约服务针对性不强，以居民健康需求为导向的个性化签约服务不足，居民获得感不强。

三是部分地区家庭医生签约服务支持性政策还不到位，家庭医生团队的激励机制不足，激励作用没有得到充分发挥。四是签约服务的宣传力度还不够，与居民的预期较高存在差距。

[对策]

要做实做细家庭医生签约服务，做到提质增效，逐步提高居民对家庭医生签约服务的感受度和满意度。一是完善政策，加强对基层卫生人员的培养培训。二是提升能力，合理设置签约服务内容，突出签约重点人群，开展分类指导。三是推广先进地区经验，提高居民参与的积极性。

第十篇：警惕养老项目高档化应做到放管结合

【背景链接】

随着老龄化时代的到来，越来越多的人开始关注养老项目，包括万科、光大、远洋、北控、保利等在内纷纷在北京布局高端养老机构。但有调查发现，高端养老项目价格动辄每月过万元甚至数十万元，高档化趋势明显，这让许多对养老项目有需求的普通市民望而却步。

【综合分析】

[支持观点]

逐利是资本的目的，民营资本进入社会养老领域，初衷不是做善事，而是为了赚钱。但是这些民营企业会平衡好价格与入住率的关系，将利润最大化。动辄每个月 1-4 万元的收费，这些高端养老院会不会吓退所有老人？不会。普通人或许会对高昂的收费咬牙切齿，但高收入的老人则期待能有高端的养老院。

民营资本进入高端养老领域能缓解社会养老的压力。如果没有高端养老，高收入的老人也必定与低收入者竞争养老床位。当前，一些原本做“平价”养老机构起家的企业也开始向高端化的路线转型，目的就是利润。当高端养老机构饱和后，他们自然还会把目光投向低端养老，只是前提是能确保盈利。

[反对观点]

动辄每月上万元的项目价格非一般人所能承受。其实，企业参与养老市场的开发，推出养老服务项目，一方面还要结合老年群体的经济实力，多层次、多渠道增加供给，毕竟能够享受高端养老服务的只有少数人，大多数老年人的经济条件并不允许；另一方面，养老服务项目的定位应当进一步明确，应当推动养老服务项目的多层次、多元化发展。特别是要满足众多中低收入群体的需求，防止今后在养老服务项目上奢华化、攀比化。

但是当前来看，一些房地产等大型资本企业投资养老机构，基本上都将主要消费人群锁定在了中高端以上，收费动辄上万元甚至几万元一个月已经屡见不鲜。而一些原本做“平价”、“平民”养老机构起家的企业也开始向高端化的路线转型。如此一来，显然会产生一种错误

的导向，促使养老项目上的高档化，加剧养老市场发展的不平衡。

[综合分析]

房产企业参与养老机构建设是重要的途径补充，有助于发挥市场主体的功能性，以满足分类分层分级的多元消费需求。质优则价高，在廉价的基础上适当提高收费无可厚非，但养老服务和设施趋向高档化，并远远超过了普通人的承受能力，却需要警惕。

在市场决定的规律下，引导和激活社会参与的积极性，能从根本上优化和改善时下养老机构结构性问题。但养老服务和养老设施具有高度的民本性和公益性，正如“房子是用来住的而不是用来炒的”，养老设施也要体现“用来住的”这一核心原则与定位，让普通人真正能住得起，还能尽量住得好。总的来说，应该是收费相对合理，服务需达到称职的优质水平。

[参考对策]

第一，提供优惠的政策，给投资与建设养老设施创造良好的环境，比如对相关项目开辟绿色通道，给予土地、税收、金融、信贷方面的优惠，或者采取民办公助的形式，给予必要的财政补贴，以此吸纳更多社会资源参与，从而达到“四两拨千斤”的效果。

第二，鼓励不是纵容，放活也非放纵。强化管理才能正本清源，要把好事办好，实事求是。高价不是养老，普惠才是王道。一方面，虽然价格由市场决定，企业具有自主定价的权利，但合理的利润空间和成本区间还需要由政府来管控，不能由企业“任性而为”。在这方面有很多教训，比如房价的虚高、药价的泡沫，都已成为民生之痛。

另一方面，要避免养老设施的高档化和收费的高昂化，这离不开标准的制定与实施。需要有关部门在综合评定的基础上，对社会化养老机构进行分级打分并控制收费上限，对乱收费的行为给予严惩。

第三，最为关键的，实现老有所养是政府的基本职责，体现公益性应兼顾公平与效率，并最终体现政府的托底之责。于此，公共服务的触角应延伸到基础保障上来，通过新建一批优质的养老设施，提升总量以满足需求，同时整合既有的养老资源，让其发挥最大的优势，多管齐下以最终破题。

第十一篇：让基层干部回归基层

【热点背景】

“村支书去外地跑生意了”“村主任外出放羊了”……近日，有媒体在基层调研时发现，一些村庄或社区的干部虽然挂着书记、主任的头衔，却与群众接触较少，有些人甚至常年不在村中，靠“遥控”其他村干部或亲戚代为处理村中事务，群众办事找不到人的现象时有发生。基层干部“身在基层却背对基层”，类似现象引发不少人担忧。

【综合分析】

“些小吾曹州县吏，一枝一叶总关情。”村干部身处基层，却责任重大。尤其是当下，从农业补贴到专项扶贫，再到征地拆迁、工程建设，村干部的职责与群众的利益联系更为密切。村干部的工作态度如何，直接影响着农村工作的开展、农民权益的保障。当年，贵州遵义草王坝村正是因为老支书黄大发的坚持与付出，才终能历时 30 余年凿通绝壁上的“生命渠”，结束当地长期缺水的历史。基层干部与广大群众相向而行，才能不断拉近彼此距离，凝聚干事创业的力量。

但是眼下出现一些基层干部背对基层，与群众渐行渐远的现象却值得深思。

一方面，我国大部分地区的村干部并非专职。他们在担任村干部的同时还从事农业劳动，或兼职从事第二、三产业，这本身并无不可。但一些人只顾忙自己的事情，不把村民诉求和集体事务放在心上，就背离了自己的选举承诺、辜负了村民的期待。近些年来，能人治村现象愈益普遍，有些人确实给农村发展带来更多可能性，但有些能人也是大忙人，能力与精力

的矛盾在一定程度上加剧了远离基层、远离群众的现象。

另一方面，一些村干部在外部压力的驱动下，每天忙得团团转，但通常事务性工作多，直接服务群众的工作少；考核迎检、做台账、开会占用的时间多，与群众交流的时间少。一些基层工作人员为应付考核，年底几乎整天都在写材料，连打印机都因超负荷工作而故障不断；甚至有记者想采访某示范村的村干部，却被告知要提前预约，因为他们要陪一拨又一拨来参观的人开座谈会、看 PPT 和宣传片、开车绕村转一转……如此这般，又如何有时间去倾听百姓声音，为群众排忧解难？

【参考对策】

让基层干部真正回归基层，回到服务民生的基层工作本源，当务之急是要做好一“减”一“加”的工作。“减”，就是要松绑减负。要分清基层工作的主次，减少不必要的上级检查、考核等，为基层干部思想上减压，工作上减负，还他们以干实事的精力和时间。“加”，就是要加强管理。虽然大部分村干部没有职业化，但同样也需要完善相应的工作职责、道德要求，同时细化服务群众的相关奖惩措施等，引导基层干部更好地深入群众。

领导干部选拔不能只选能人，更要选贤人，要把那些真正热心公共事务、关心基层发展、衷心为民办事的人选出来。同时，基层干部也要提高自己的思想认识，摆正自己的身份，多为群众雪中送炭，而非为自己锦上添花。“不给老百姓办事才丢人”，这是优秀基层干部李培斌生前的誓言；“村民碰到困难，自己必须到场”，这是村民的贴心人曾召兰坚持至今的要求。把基层工作当作一种事业来追求，把为群众办事当作一种信念来坚守，才能赢得群众的认可与尊重。

第十二篇：整治恶搞视频需“疏堵并举”

【热点背景】

2018年4月，原国家新闻出版广电总局印发《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》，为“恶搞视频”等网络视听节目立规矩。

近年来，在国家相关政策引导下，网络视听行业快速发展，资本持续加大投入，市场竞争日趋激烈，作品类型不断翻新，出现一大批内容健康向上、注重品质的网络视听作品，为广大网友提供了丰富有趣的视听享受。不过，在网络流量、利润的诱惑下，一些不法行为也借机滋长，诸如恶搞经典、色情低俗等违规作品泛滥成灾，不仅扰乱了网络空间秩序，污染了网络环境，而且严重损害了青少年的身心健康。

【综合分析】

网络视听新媒体及其服务已成为文化信息消费的重要平台。在过去的5年间，中国网络视听用户规模从3.49亿增长到5.97亿，增长了66%。其中网络视听付费用户，从几十万人增加到上亿人，增长上百倍，成为增速最快的文化消费领域之一，一些现象级节目越来越多地出现在公众视野。优秀的网络视听作品带给网友愉悦的观赏感受、陶冶心灵、开阔视野，提升社会生活品质，而以“恶搞视频”为代表的劣质作品则会污染网络空间，败坏社会风气。

随着社会的发展更替，普通民众逐渐成为网络的主体，互联网基本生活化，网络空间与现实生活的界线越来越模糊，互联网与每个人的生活息息相关。习近平总书记强调，网络空间是亿万民众共同的精神家园。网络空间天朗气清、生态良好，符合人民利益。网络空间乌烟瘴气、生态恶化，不符合人民利益。网络并非法外之地，其跟现实世界是一样的，任何网络行为都要受到法律的规范和制约，不能随意逾越法律界限。建设网络法治文化，普及网络法律常识，培育网络法治精神，都是很有必要的基础性工作。

互联网是一个持续创新的领域，网络视听行业亦是依靠创新维系发展。需要明白的是，清理整顿“恶搞视频”与鼓励创新并不相悖，我们反对的是无底线恶搞、“挂羊头卖狗肉”

式创新，要鼓励依法创新，唱响新时代主旋律，展示人民群众的美好生活。

【对策措施】

在清理整顿“恶搞视频”之际，应疏堵并举。一方面严厉整治违法违规作品，依法严惩违法者，另一方面引导网络视听作品走向正途，促进行业正本清源，实现良币驱逐劣币，鼓励从业者良性竞争。要加强公共管理部门、网络视听平台的责任担当和社会使命，加强对网络视听作品的规范管理。特别是对民族文化和历史史实的“重构解读”，应该引导其积极传播正能量。内容制作者也要养成自觉意识，不仅应合法合规，而且还应符合社会主义核心价值观和社会公德。

推动网络法治化进程，塑造一个健康良性的网络法治环境，还需要培育广大网民的法治观念，养成自律意识。网络法治文化建设应充分利用网络覆盖面广、传播速度快等特点来加强网民法治理念教育，实现自我教育、自我服务、自我管理和自我监督。突出文化的实践性，推进“法制宣传教育”向“法治宣传教育”的转变，突出法治理念、法治精神、法治思维和法治信仰的培养，形成知识普及、观念引导、能力培养“三位一体”普法教育体系，实现从政府主导向社会自觉的转变。

第十三篇：科技扶贫

【背景链接】

连日来，无论是代表团全体会议发言，还是分组审议讨论，朱有勇总是呼吁把“科技扶贫”叫得更响些，让科技在脱贫攻坚中发挥更大作用。

2018年3月13日，农民科学家朱有勇讲的自己的扶贫小故事引起了社会共鸣：云南嵩枝坝村地处热带雨林区，温度高、日照长、水资源丰富，人均可利用土地多、种植条件好。这个本不该贫困的地区，因为没有技术、没有产业，当地群众素质型贫困问题突出，良好的自然条件并没有利用起来。2016年，朱有勇及其团队在当地推广了100亩冬季马铃薯无公害超高产技术，手把手教村民如何种、如何卖，当年就实现了每亩均产3.1吨，每吨卖出了3000元的好价格，参与种植的群众每亩增收9000元。

朱有勇表示“当前有很多科技工作者战斗在脱贫攻坚第一线，将自己的研究成果书写在贫困地区的大地上，应该向他们致以崇高敬意。”

【专家解读】

【内涵】

科技扶贫的核心就是把科技成果与地区自然资源、发展需求和群众诉求有机结合起来。是由单纯救济式扶贫向依靠科学技术开发式扶贫转变的一个重要标志。

相比“送米”“撒钱”等简单直接的做法，科技扶贫是一项长期的系统工程，效果实在长远但收效慢，因此更需要以“绣花”的好性子，沉心静气地坚持下去。

【原因】

习近平总书记曾说过，在扶贫的路上，不能落下一个贫困家庭，丢下一个贫困群众。授人以鱼不如授人以渔。如今，脱贫工作到了最后攻坚阶段，剩下的老少边穷地区都是难啃的“硬骨头”，不少地区除了自然环境劣势外，科学技术素养严重缺乏也是不可忽视的重要因素。

农村贫困地区由于教育水平低下，农民的科学文化素质不高，往往生产技术落后又缺乏科学技术人才，从而陷入贫困的无限循环中。科技在脱贫攻坚中可以发挥巨大作用，广大科技工作者也应在打赢脱贫攻坚战中积极作为。

党的十九大提出了乡村振兴战略，倡导走绿色发展的新路，转变农业种植方式，这需要扎实的农业技术做支撑；贫困地区劳动力向二、三产业转移时，也需要具备基本的科学素养和技术能力；贫困地区要实现长远发展，更需要一批扎根当地的“田秀才”“土专家”。这一切，都绕不过“科技”二字。

[对策]

科技帮扶是从根本上打开困难群众致富之门的钥匙，是治本良药，但不会立竿见影。科技扶贫不能“轻飘飘”，要像仕女绣花一样，慢功出细活，要因地制宜，一村一村地做好科学规划；因户施策，一户一户地传授种养技术。只有这样，才能让科技之花在贫困地区常开不败，才能让被帮扶的困难群众真正掌握安身立命的一技之长，再也不会为贫穷所困。

困难地区脱贫，不应指望简单的“输血”疗法，“依靠外力”不如“自力更生”来得长久。乡村全面振兴路上，要彻底送走贫穷“瘟神”，离不开科技的力量，更离不开脚踏实地，长期付出的决心和恒心。

第十四篇：政府网站该“亮家底”

【背景链接】

2017年5月，国务院办公厅《政府网站发展指引》正式印发，明确要求从2017年度开始，逐年编制《政府网站监管年度报表》和《政府网站工作年度报表》，并在每年1月31日前向社会公开发布。2018年2月初，全国2万多家政府网站中，已有98%公布了工作报表，向全社会亮出“家底”。

“善于运用互联网技术和信息化手段开展工作”，是十九大报告提出的明确要求。当前，除了政府网站，政务APP、微信公众号等电子政务的发展也一片繁荣，但从目前存在的种种问题来看，网上政务要真正做到“优质高效”，还有不小的提升空间。

【专家解读】

[意义分析]

年度报表是贯彻《政府网站发展指引》、检视网站管理水平和政务服务能力的重要手段。从指向来说，《政府网站监管年度报表》重在监督，《政府网站工作年度报表》重在自检，二者相辅相成，全方位体现了对新时代政府网站建设的要求。具体来看，前者包含指标为网站抽查、安全检查、网站开设整合、“我为政府网站找错”平台网民留言办理、假冒政府网站处置、人员培训等情况，较为关注整体的框架搭建。后者包含指标倾向于微观上的内容管理，如信息发布、专栏专题、解读回应、办事服务、互动交流、安全防护、移动新媒体、创新发展等，回应的是网站更新不及时、信息不准确、互动不回应、服务不实用等问题。两份报表各有侧重，便于横向或纵向比较，政府网站是否合格、能否满足公众期待等，通过指标数据可一目了然。

[存在的问题]

其一，假冒政府网站依然存在。

其二，各地在线办事程度发展并不平衡。

其三，仍有部分地区和部门的政府网站管理发布混乱，存在开办底数不清、管理责任不明等问题。有的频现雷人雷语，有的政府新媒体账号还成了“娱记”“段子手”。

[原因和影响]

问题的出现，既有网站统筹管理层面的疏漏，也有具体运作上的不足，但综合来看，还

是一些地方没有充分认识“网上政务”的意义和价值。

政府网站说到底是为了方便人民群众办事，假如遇到山寨网站，或办事率低，或服务 quality 低下，不仅会影响群众“获得感”，也将影响到政府网站自身的公信力、权威性。

[对策措施]

一方面从复核方面跟进管理，在年度报表中，一项重要的内容是问责人次，分别具体到约谈、书面检查、通报批评、警告或记过处分以及调离岗位和免职等，复核小组应该以此为依据，要求附上具体材料，对某些可疑的材料和数据进行重点抽查，从而督促地方加大网站建设的力度。

另一方面，应该充分集纳人民群众的意见和建议，制作网站普查评分表等，站点无法访问、网站不更新、栏目不更新、严重错误、互动回应差为单项否决指标，符合任意一项即为“不合格网站”，以此体现出关于网站建设的真实民意。

第十五篇：网络游戏

【背景链接】

为营造清朗网络空间，有效保护青少年身心健康，推动我国网络游戏健康有序发展。2017年底，中共中央宣传部、中央网信办等7部委联合印发了《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》，部署对网络游戏违法违规行为和不良内容进行集中整治。重点排查用户数量多、社会影响大的网络游戏产品，对价值导向严重偏差、含有暴力色情等法律法规禁止内容的，坚决予以查处；对内容格调低俗、存在打擦边球行为的，坚决予以整改；对未经许可、擅自上网运营的，坚决予以取缔。所有网络游戏企业都要认真进行自查自纠，自觉抵制和清除不良内容。影响力大的游戏企业要带好头、作表率。

【专家解读】

原因

网游内容监管困境，既有规则供给滞后，也有监管效能不足，事前事中事后监管都存在力有不逮现象。就监管维度，一方面，网游产业迅猛发展，网游作品如潮水般涌现，且不断推陈出新，单靠文化行政部门和文化市场综合执法机构力量，难免捉襟见肘；另一方面，监管者多半不是网游玩家，对网游产品缺乏直观了解，“隔行如隔山”也在一定程度上影响了监管效能。

影响

网络游戏这些年存在的很多问题逐渐凸显，对青少年身心健康造成危害，已经产生了严重的负面社会影响。

很多网络游戏在防沉迷设计方面能力不足，导致其主要使用者——很多自制力差的青少年罹患网瘾，不仅消耗了大量时间、精力和金钱，其生理和心理健康也受到严重损害。再比如，一些网络游戏低俗化问题严重，用带有色情、引诱意味的形式、内容设计吸引青少年玩家，造成了极坏社会影响。还有，一些网络游戏公司通过售卖游戏“皮肤”、特效、小助手等，赚取巨额利润。青少年玩家为购买装备，不惜铤而走险。此外，一些网络游戏肆意曲解、解构中华优秀传统文化经典，歪曲历史、恶搞英雄，宣扬封建迷信，传递错误历史观，触碰社会伦理道德底线，由此造成的文化伤害与文化安全问题更为严重。

结论

从规模看，2017年中国网络游戏市场收入达2036.1亿元，同比增长23%。从玩家看，

中国青少年网民(19岁以下)目前约达1.6亿,其中很多是网络游戏参与者。这意味着,让网络游戏市场回归理性发展轨道,不仅是经济问题,更是社会问题。

多部委联合印发《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》,部署对网络游戏违法违规行为和不良内容进行集中整治,标志着网络游戏告别“野蛮生长”,迎来转型升级的新时代。但是,要让《意见》真正严起来,让网络游戏市场真正强起来,还需下好几着“后手棋”。

[参考对策]

一个成熟、规范的网络游戏市场要建立起来,需要来自政府、企业和社会的共同参与、长期努力。

一是网络游戏市场要进行合理规划。相关部门应以落实《意见》为契机,加紧在网络和移动平台拟订保护青少年的规范,同时督促网络游戏企业切实落实主体责任,在未成年人保护上采取能见实效的行动。

二是集结生产商、运营商、监管者、玩家等多方力量,合力推进网络游戏转型升级,提升网络游戏内容品质,丰富文化内涵,丰富游戏功能。

三是重典治乱,要对违反社会公德、触及社会底线的网游产品坚决说“不”,将其拉入黑名单,对违反法律的行为要提到法治的高度予以规制,不能手软。

第十六篇：“异地跑”鞭策政府服务“加速跑”

【热点链接】

随着民生领域改革不断深化,“异地办”持续推进。身份证异地办理、因私出入境证件异地申办、异地就医直接结算等举措,极大地方便了老百姓的生活。(12月14日《人民日报》)

【题目预测】

对于身份证异地办理、因私出入境证件异地申办、异地就医直接结算等举措,极大地方便了老百姓的生活的措施,你怎么看?

【参考解析】

“异地办”按下“快进键”,这是大数据时代带来的服务革命。在之前的很长时间里,“异地不能办”似乎成为定律,最多时候只能到户口所在地办。随着互联网的发展和大数据的应用,“异地办”从尝试到逐步成为常态化,推动了政府服务的“更新换代”。一定程度上讲,“异地办”鞭策政府服务“加速跑”。

技术进步给政府服务“锦上添花”。毋庸置疑,“键对键”代表着先进生产力,其核心目的是让“互联网+服务”实至名归。政府服务站在“互联网+”风口上起飞,这是质变的关键。在一个互联网大数据时代,如果办事仍然还是“跑断腿”,仍然存在诸多“异地”难题,那服务理念肯定没有跟上时代节拍。

身份证异地办理制度全面推进,标志着公共服务华丽转身,更注重服务细节与用户体验,折射出行政部门公共服务意识与社会治理能力的双提升——互联网时代,信息沟通无障碍,为社会治理的“升级改造”提供了可靠的技术支持,身份证异地办理有赖于此。不过,技术只是一种可能,最终还需要公共服务意识的配合。身份证异地办理全面推进的启示是,如果各个行政职能部门都本着以人为本的服务精神,以最大限度满足服务对象需求为自己工作的依归,就会大大减少不必要的社会成本。

【参考答案】

政府服务贵在不忘初心,那就是全心全意为人民服务。为人民群众提供优质、便捷、安

全、廉价的公共服务是服务型政府重要职责之一，也是重要的衡量标准之一。尤其是服务品质决定服务功能的发挥，甚至会决定服务型政府的形成。因此，政府在提供公共服务时，尤其要注意品质的提升、质量的提升，形式必须服从于品质，模式必须服务于质量，不能本末倒置。

当然，也要处理好“键对键”与“面对面”的辩证关系。政府服务不能有“键盘依赖症”，而“面对面”的优越性也不能被时代所“秒杀”，一线工作法、深入基层等优良作风也不能丢。“键对键”与“面对面”并不是谁代替谁，而是要形成相互促进、相辅相成的格局，共同为人性化服务“服务”；无论是“键对键”，还是“面对面”，都必须与广大人民群众“心连心”。