

基层创新为何成形式主义重灾区

在基层治理实践中，不同地方、不同时期情况往往不太一样，而制度和政策又讲究稳定性和统一性，因此基层在执行行政过程中常会遇到一些体制或机制上的问题。这就意味着基层治理确有创新需求，基层干部也有创新的动力和经验。较之相关创新能否切实解决实际问题，基层往往不太注意将这些创新成果进行制度化。过去，不少地方的基层治理创新都以一些行之有效的“土政策”“土办法”存在。其中一些被上级部门注意到并加以总结后，才成为可供推广的创新经验。

但近年来，基层治理创新成果总结却成了一股“风潮”。一些地方不管实际工作中有没有必要，形式上总要弄出一两个“制度创新”。这样做不仅能在年终考核时增添亮点，也能为本地争取更多资源。客观上，基层只要在做事，大都会有可资总结的一些经验做法。于是，总结这些经验做法就成了基层的重要工作之一。

在一些地区，由于基层治理创新的

竞争激烈，除了基层单位内部的“笔杆子”忙于总结各种经验材料，其他服务于基层治理创新的做法也多了起来。最常见的情况是，基层政府或部门要找专业机构把自己的经验总结“可视化”，使之美观、有场面感。一些地方的打印店、广告设计公司等承接相关业务，小到村、社区的“制度上墙”、工作简介的展板设计，大到整个村、社区的“氛围营造”，都离不开这种业务支持。

另外，一些基层政府还通过购买服务的方式请学者、社会组织、咨询公司等第三方机构，对该地政策创新进行“研究”“总结”。一些第三方机构确实是着眼于当地基层治理需要，进行严肃的调研和制度化研究。但也有第三方机构就是照着上级给定的政策要求依葫芦画瓢，总结一套所谓“经验”出来。

有些基层政府甚至只要结果，其他一概不管，请第三方机构来“搞创新”，享受从试点到经验总结再到宣传的“一条龙”服务。比如，一些根植于地方的传媒机构进行所谓的市场化转型，为基

层政府提供文化传播和咨询服务就成为主要业务之一。这些传媒机构熟悉地方的政策需求，自己也有宣传平台，一些有“迫切创新需要”的地方基层也就乐于找它们，以求短期见效。

破解“为创新而创新”的现象，已经成为基层治理领域不得不面对的问题。而要解决这个问题，首先得让创新回归原来的位置。从治理逻辑上讲，基层主要是政策执行者，执行过程中遇到困难要想办法克服；如果克服不了，要向上反映现实情况。治理创新的职能应主要在上级部门尤其是政策研究部门。它们负责政策制定，也负责政策调整，通过创新使政策更完善、更适合实际。

其次，调整基层考评体系中的“特色工作”这一项。客观而言，基层治理是一个相对透明、信息对称的领域。上级部门通常比较熟悉各地的政策执行情况。而且每个地方的考评体系里本来就留有主观项，上级部门可以根据掌握的情况对基层工作表现打分，没必要再用“特色工作”来衡量基层的工作成

绩。而且实际上，基层工作大都是常规型工作，虽然也需创新，但不能把这个作为一个主要工作方向，否则一些“创新”虽然可能解决了某些问题，也会制造出更多问题。

再次，基层治理创新领域之所以成为形式主义重灾区，还与一些上级部门的工作作风有关。如今，看点、看项目、看展板、开座谈会的走马观花式调研比过去多了。有些调研过于依赖基层提供的材料，材料和实景的呈现是否有吸引力往往会对调研效果产生很大影响，有些调研干脆现场只是走过场，关键在于基层事后提供的材料和总结。于是，某种程度上，上级部门的调研评估本身也成了基层治理创新体系中的一个“道具”——一个“创新”只要得到肯定就行了。至于实际效果如何，意义已经不大。

说到底，基层工作的主业是做好群众工作和把政策落实好，没必要搞那么多花里胡哨的形式主义工作。正因如此，基层还是少点“为了创新而创新”，少折腾为好。（据《环球时报》）

如何管住“乱吃药”

不少子女都有相同的感受：回家看望老人，看到的不再是老人养的花、种的草、腌的菜，而是满桌的药品或保健品。打开柜子、掀开床板，或许还能发现整箱的保健品堆放在那里。老人们聊天，除了谈儿女和孙辈，就是药品和保健品。

管住老年人“乱吃药”，首先要认识到这是一个心理问题。老年人普遍固执，与身体机能退化和心理改变有关，这属于心理学研究范畴。既然如此，子女在面对老年人固执已见乱吃药时，就得遵循心理学规律，防止直接冲突导致逆反心理，让老人获得更多尊重与认同，多用陪伴来取得谅解、化解心结。

管住老年人“乱吃药”，也是一个社会问题。保健品坑老由来已久，子女对保健品的警惕性都很高，但容易忽视的是，与保健品相比，药品营销对老年人的危害有过之而无不及。免费测血压，既可能是做好事，也可能是借机推销药品。为了让老年人多吃药，社会上布满了各种陷阱。

因此，管住老年人“乱吃药”，社会需要形成合力。子女要多关心老人的心理需求。监管部门在严查保健品虚假宣传时，对于药品过度营销同样不能忽视。（据《北京青年报》）

加强监管在线教育机构

近日，北京市教委官网发布消息，绘本学习平台大塘小鱼以打卡返现金、推广返佣金等方式营销，诱导家长购买课程，因无法在规定期限返现，以及未征得同意强制关停账号，引发大量投诉。北京市相关部门对其联合约谈，责令该机构立即全面整改。

在线教育的兴起，有效解决了疫情期间中小學生“上停课”问题，只要依法依规经营，无论是弥补线下教育不足，还是促进行业未来发展，都大有裨益。作为在线教育经营者，理应珍惜这来之不易的发展机会。然而，部分在线教育机构打起了“趁机捞一把”的歪主意。中消协前不久发布的《2020年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示，教育培训服务投诉增多，投诉多集中在虚假宣传、虚假承诺、诱导消费者办理贷款付费且退款难等方面。

诚信守法经营是对经营者的基本要求。在线教育机构只有主动强化自律，自觉摒弃有损自身长远发展的“野蛮经营”模式，才能确保基业长青。期待各地监管部门积极作为，加强对在线教育机构的市场监管，维护好广大消费者的合法权益。（据《经济日报》）

给“纸螃蟹”系上监管的绳子

秋风渐起，各种打着阳澄湖旗号的大闸蟹礼品卡已开始热销。这些制作精美、流转方便、兑换灵活的提货券，再次成为礼品市场的活跃品种。“过去流行送月饼，现在‘纸螃蟹’正在成为中秋、国庆主打礼品。”有商户告诉媒体记者，同行中做得好的，蟹卡年销售额能达到一两亿元。

这是一家令人叹为观止的数字。一家商户的蟹卡年销售额竟然过亿元，市场总量又该是何其庞大？问题是，市场上有那么多大闸蟹吗？9月21日，2020年阳澄湖大闸蟹开捕，苏州市大闸蟹协会提供的数据显示，今年产量预计达到10260吨，产量和个头均远超往年。尽管如此，相比海量的“纸螃蟹”，这一产量依然是杯水车薪。当然，某些热衷于“纸螃蟹”的人，其实并不在乎螃蟹的实际产

居家养老服务

记者从浙江省政府了解到，截至目前，浙江省已经建成城乡社区居家养老服务照料中心2.34万个，实现基本覆盖；助餐配送餐服务覆盖1.35万个城乡社区，占全部社区的50%以上。

老字号更要正确创“新”

近日，老字号狗不理包子的负面新闻也引发了大家对老字号品牌生存现状的关注，老字号该如何生存下去成为微博热搜话题。据商务部统计，在现存1128家中华老字号中，仅10%的企业蓬勃发展，40%的老字号勉强实现盈亏平衡，而近一半都是持续亏损状态。老字号可以说是祖先们为我们留下的一笔宝贵的财富，不仅是一种文化的传承，也是品牌经济时代难以复制的优势。但是老字号的发展显然不尽如人意。

抛开少数甘于坐吃山空者，绝大多数老字号都将创新视作重生路径，但它们当前最大的问题，一是没有真正理解创新的本质，二是没有找到正确的创新载体。老字号创新的本质，不是营销

上的标新立异，也不是包装外观的老妇扮嫩，而是聚焦产品创新，拿出满足当代需求的产品或服务形式。

很多老字号对“老”这个字讳莫如深，生怕吸引不来年轻消费群体。然而按照我国对中华老字号的认定标准，即1956年以前创建，我们熟悉的一众外国品牌都是实打实的“老字号”。但直到今天，这些品牌依旧是各个行业的潮流领导者，没有人会将其联想到“老”上。原因就在于，他们始终紧跟时代脚步，研究、时刻把握真实的消费心理，然后用符合乃至开创市场需求的产品创新，实现品牌发展进步，世代传承。

相比之下，我国的老字号们不乏创新的心，但很多是在“正确的事”，而非“做正确的事”。

■快评■

丰收节里更思粮食来之不易

9月22日是今年二十四节气中的秋分，也是我国第三个农民丰收节。今年的丰收来之不易，年初的新冠肺炎疫情，年中的洪涝灾害和台风侵袭都给农业生产带来了挑战。与此同时，国际上多个重要农业生产国宣布实施农产品出口限制。粮食安全成为人们关注的焦点。

点评：

在遭遇一系列困难的不利形势下，今年夏粮产量为1.43亿吨，同比增加121万吨。9月11日国家粮食和物资储备局召开新闻通气会，明确今年夏粮收购已近尾声，秋粮即将上市，我国谷物供需总体宽松，口粮绝对安全，粮食市场运行总体平稳。这样的成绩，离不开春季时各地抗疫、春耕两手抓；离不开夏季里人民子弟兵、基层工作者和各地民众的齐心抗洪；更离不开亿万农民日复一日的辛勤劳作。在这一中国农民丰收的节日，庆祝之余，我们需要比以往更加关心粮食和蔬菜，尊重农民的劳动成果，节约粮食。相关部门应着力解决储藏、运输、加工等产后环节粮食浪费问题，个人也应在一日三餐中做个“光盘侠”，用实际行动为节约粮食出一份力。

遏制在线旅游大数据“杀熟”

在网上订酒店、买机票，同一个酒店房型，不同用户看到的价格不一；同一张飞机票，浏览几分钟后涨价，这一被称为大数据“杀熟”的问题饱受诟病。今年10月1日起，《在线旅游经营服务管理暂行规定》将正式施行，明令禁止在线旅游行业利用大数据“杀熟”行为。今后消费者再遇到类似的情况，将有望可依。

点评：

不论是传统的线下经济，还是互联网时代的线上经济，价格公开透明始终是基本的市场准则。在线旅游经营者如果滥用大数据分析等技术手段，基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件，不只是违反商业诚信原则，会降低用户对平台的黏性，还将是违法行为，会面临法律的处罚。只有依法遏制大数据“杀熟”行为，品质好、服务好的旅游产品才能有更多市场空间。

明令禁止还需强力执行。如何清晰界定大数据“杀熟”？如何畅通投诉渠道？如何治理商家滥用技术手段的行为……这一系列问题仍需要相关部门继续探索，逐步扎紧制度的笼子，为消费者提供更好的旅游服务。

公厕24小时开放是便民之举

近日，广西壮族自治区十三届人大常委会第十八次会议审议了《广西壮族自治区爱国卫生条例（草案）》，其中提出“公共厕所应当24小时免费开放”。

点评：

在一些地区，公厕“按点下班”是一种较普遍的现象。管理人员需要休息，按点上下班无可厚非，但这并不意味着公厕等便民设施也要早早“关门谢客”。之所以出现公厕“按点下班”的情况，主要原因在于管理部门担心无人看管，造成公厕设施损坏，但到了下班时间就一关了之的做法有些简单粗暴。

公厕不同于一般的公共场所，要尽可能满足群众的需要。各地有关部门应多动脑筋想办法，加大对公厕管理部门的支持，让管理服务跟得上。尤其是随着“夜间经济”日益受到重视，晚上外出休闲娱乐、出门务工、摆摊做生意的群众增多，对公厕等公共服务设施提出了更高要求。

考虑到解决市民如厕难的问题，广西以地方法规形式提出“公共厕所应当24小时免费开放”，具有借鉴意义，敞开的是民生之门，让“方便之处”更加方便，这是为民服务应有的情怀。

“信用就医”模式值得推广

据报道，日前，北京市石景山区首钢医院正式启用“先诊疗后付费”的“信用就医”模式，“信用就医”引入了信用承诺和保险机制，免除了患者在挂号、检查、取药等环节反复排队缴费的烦恼，未来还将开通住院押金垫付，减轻患者经济负担。

点评：

石景山区首钢医院通过引入“信用+保险”工具，启用“先诊疗后付费”的“信用就医”模式，好就好在，其不仅创新了医疗管理的方法和机制，简化了看病的手续与环节，为患者提供了方便，而且还为守信市民提供门诊急诊先看病后付费、信用住院免押金等便利化服务，都增强着市民的幸福感、获得感。这样的惠民便民做法，值得进一步推广。

岂能拿珍稀植物当节目“道具”

近日，岳云鹏等艺人在西藏录制真人秀时，被指在海拔4000米的高原摘珍稀植物雪莲（又称水母雪兔子）。面对网络争议，涉事艺人辩称雪莲为道具，却遭到了植物学专家的反驳。9月21日，节目方极限挑战官方微博发布致歉声明，承认没有起到宣传好珍稀植物保护规定的作用，但依然表示没有实际发生采摘珍稀植物的行为。

点评：

涉事艺人采摘的究竟是什么？对此，节目方不能打马虎眼，而不正面回应问题。在今年7月发布的《国家重点保护野生植物名录（征求意见稿）》中，水母雪兔子明确为重点保护野生植物。作为一档影响力较大的节目，极限挑战本应该起到正确的引导作用，避免发出错误信号。真人秀节目情节看似“偶发”，实际上都经过了精心策划。参与节目前期设计的工作人员有没有充分调研，节目把关人心里有没有生态环境保护的那根弦，整个脚本有没有融入生态保护的理念，都值得追问。对于明星及其团队来说，就算不掌握珍稀物种的专业知识，也应该有意识地避免破坏生态环境。含糊不清的道歉是不够的，只有借此事厘清常识，把舆论风波当成珍稀植物保护的警示，明星和节目组才能挽回公众的信任。

（本组稿件综合《人民日报》《光明日报》《经济日报》《新京报》）