

在展会中释放重庆品牌价值

巴渝论坛

张燕

5月10日,为期四天的消博会圆满落幕。展会上,天府可乐、冷酸灵牙膏、桥头火锅等18家山城企业的近60种产品亮相展示。同日,2021年中国自主品牌博览会召开,当天约有1.2万名观众到重庆展厅参观,来沪“赶场”的“重庆造”无一例外收获了高热度。这些展会的召开,必将持续刺激消费需求,不断提升消费水平,倒逼在场的品牌提质增效,重庆也不例外。

对渝企而言,产品做出来是基础,卖出去是硬道理。产品卖不出去,就像马

克思所讲的,“没有实现惊险的一跃,还没有成为商品”。酒香也怕巷子深。“被看见”是品牌提高美誉度、打响知名度的第一步。近年来,品牌依托国际展会顺利走向广阔市场的案例,不胜枚举。会展经济正成为品牌走出价值洼地、提升附加值的重要途径。

重庆是制造业重镇,我们做惯了传统产品和大宗产品,这类刚需产品,不需要太多的营销策略和技巧。现在情况变化了,重庆的“看家好货”层出不穷——“一代名饮”天府可乐开始针对个性化需求改革饮品;国民品牌冷酸灵通过与国家博物馆联名,推出颜值与内涵俱佳的新品;谭木匠与迪士尼联名的花木兰系列剑簪、木梳,一摆上展台,消费者便纷纷“种草”……面对新形势,我们不能再“圈地自萌”,而要更讲究销售方法,千方百计去找销路。

如今,“重庆造”要做的第一件事,就是努力适应变化的市场,并且学会做新的渠道,扩大辐射范围,让重庆品牌走向全国、走向世界。显然,积极参与消博会和中国自主品牌博览会就是提升品牌市场开拓能力的一大步。

近年来,重庆迈入消费3.0时代,消费行为被重塑,围绕特色、健康、智能、时尚、精致方向培育出了很多新兴消费品。这些新兴消费品虽然品质优良、价格公道,但影响力还不够,品牌还不够响亮。借着消博会和中国自主品牌博览会的机会,进一步把这些特色消费品、健康消费品、时尚潮流消费品和精致高端消费品推广出去,让开放和包容成为山城品牌的“底色”,塑造“重庆名品”“世界名片”等消费品产业符号,必将促进品牌红利不断释放,推动经济实现高质量发展。

当然,参与消博会和中国自主品牌博览会只是第一步,接下来,重庆还要举办第三届中国西部国际投资贸易洽谈会、中国—上海合作组织数字经济产业论坛、重庆国际文化旅游产业博览会、中国国际智能产业博览会等等。这些盛会,都将成为重庆参与国际国内双循环、拓展国内国际市场的重要平台。借力展会,把一个又一个山城品牌做大做强,不断培育本土特色精品,品牌效应就会叠加,其结果就是企业茁壮成长、产业繁荣兴旺、城市日新月异。

品牌打造是一个动态的过程,必须立足长远,步伐稳健。消博会和中国自主品牌博览会让我们看到了重庆品牌的更多可能性,这些盛会必将为“重庆造”开启一扇扇机会之门,为山城企业带来全新的发展机遇,助力重庆打造国际消费中心城市。

思享者

匠心抓“细管” 让城市更美好

张忠德

沙坪坝区梨树湾小区外,路灯都不亮,出门两眼一抹黑;两江新区恒大翡翠华庭北门,道路凹陷不平,走路溅起一身泥;南坪步行街几个入口都摆满了花坛,残障群体出行不便……显然,城市管理中的这些细节问题,与飞速发展的都市极不协调。

不可否认,在城市治理中,总有一些不尽如人意的地方,诸如垃圾桶满溢、公厕不洁、路灯不亮、道路破损、井盖缺失等,这些细节问题影响着市民群众对美好生活的向往。客观地说,城市化进程总是在“检修”中调整,“成长的烦恼”与“发展的阵痛”并存,但如果忽视这些细节问题,不仅给市民出行带来不便甚至安全隐患,还影响市容市貌和城市形象,更容易成为环境综合整治的盲点。

为什么城市会出现这些让人糟心的细节问题?究其原因,就在于相关管理者责任缺位,另一方面,在一些市区,不同区域的市政设施由不同的管理单位进行管理,这种看似明确的分工,实际上往往会成为推诿扯皮的缘由。此种现象,既凸显出一些职能部门只从大处着眼而忽视小事细节的弊病,也折射出相关管理单位快速反应机制的欠缺。

“天下难事必作于易,天下大事必作于细。”虽说,超大城市的精细治理是世界难题,但这并不妨碍在城市管理细节上下功夫。早在2017年全国两会上,习近平总书记就提出了“城市管理应该像绣花一样精细”的总体要求。实现城市管理精细化,成为全国各大中型城市政府的一项重要任务。城市的细节体现一座城市的灵魂。可以说,细节考量着城市的现代文明程度,也考量着城市的建设管理水平和完善程度,更反映出城市建设管理者的亲民意识和人文情怀。

匠心抓“细管”,细微见真章。近两年,重庆市不断深化“大城管、大城管、大城管”制度改革,以大城管智管促进大城管、带动大城管,形成共建共享、共管共治格局。目前,我市已将城市管理重心沉到社区、下到基层、落到网格,建立健全“问题在网格中发现”“人员在网格中配置”“评价在网格中实现”“事情在网格中解决”的工作机制。这无疑体现了抓“细管”的有力举措,但还需量化目标,细化标准,明确职责,狠抓落实,不断提高城市精细化管理质量和水平。针对我市一些因市政设施设计或管理缺陷造成市民不便的细节问题,相关部门、单位不仅要查漏补缺,还要向推诿扯皮、敷衍塞责的症结开刀,拿出有针对性整治措施,聚焦城市管理中细枝末节的问题,让一堆垃圾、一块松动的地砖、一棵即将枯死的树木,都能进入城市管理者的视野,并得到及时解决。

美好城市建设是一段永无止境的提升过程。一段道路是否平坦通畅,一个井盖有没有人管等,都体现出一座城市的文明风貌,也体现出一座城市的治理水平。因此,城市建设管理应当从小事做起,从细节入手,不仅要会花钱建城市,更要学会精心管理城市,只有细心、耐心、贴心地像养花一样治理城市,才会真正营造“近者悦、远者来”的城市环境,努力实现城市让生活更美好愿景。

沈峰

日前,重庆警方发布了2021年10件民生实事,其中“推动建立高空抛(坠)物安全协同治理机制”颇为引人注目。警方明确,将安装应用专门设施设备,对高层建筑高空抛(坠)物行为实行24小时主动抓拍、自动取证、实时报警。据介绍,由重庆九龙坡区公安分局研发试运行的“瞭望者”高空抛物智能预警监控系统,可以对楼体立面进行不间断检测,抓拍检测率可达98%以上。小至烟头、矿泉水瓶盖、纸巾、塑料袋等,重如快递外包装、石块、剪刀,甚至居民浇花时泼溅的水都可实时抓拍。

在城市化进程中,一栋栋高楼拔地而起,随之而来的高空抛物行为也屡禁不止,一方面严重损害人民生命健康,另一方面也因为取证困难,导致在维权的道路上步履维艰。一些人对于高空抛物的认识还停留在道德层面,其背后是对公共安全责任的漠视,是对法律的无知和蔑视,因此相应的治理亟待“加码升级”。重庆警方研发和运行“瞭望者”高空抛物智能预警监控系统,一方面有利于锁定高空抛物证据,明确责任主体;另一方面也能够形成有效威慑,倒逼居民提高道德素养,养成良好习惯。安装“朝天”监控,监管高空抛物,无疑回应了民生关切。

高空抛物是一种危害公共安全的违法行为。治理高空抛物乱象,一方面,要加强公民道德教育,增强人们的文明意识,让“高空禁止抛物”成为一种自觉,成为公民行为习惯,从根本上遏制不文明行为;另一方面,要完善治理措施,坚决以“零容忍”态度,依法惩处高空抛物行为,让肇事者付出代价,从而形成有力震慑,有效遏制和杜绝高空抛物乱象。此外,现代科学技术手段也不可或缺,相关部门可以在现有技防的基础上“升级”增设“向上的”监控设备,用细密、无死角的监控让高空抛物的人无处遁形。就此而言,重庆警方对高空抛物行为进行全覆盖、实时监控,值得各地取经推广。此举无疑能够有效遏制高空抛物乱象,守护人民群众“头顶上的安全”。

“挂一次号看三天病”是个好主意

热点评析

罗志华

“上午做完检查,有些检查报告单要次日日出结果,还要再挂号找专家看,不仅麻烦,也多花钱。”针对患者反映的这类问题,5月8日,山东济宁市第一人民医院率先推出门诊“一次性全程诊疗便民服务”措施,明确患者在三天内再诊,若在同一院区同一科室看病,不再二次挂号。此举受到广大患者点赞,也引发社会热议。

当前,看病挂号当有效,是通行做法。然而,当天没有看完病,过后仍要继续看同一疾病,是十分常见的现象。当患者次日或第三日拿着检查结果找医生复诊时,通常还得再挂一次号,多花钱不说,还很难挂得上号,或者只能挂上其他医生的号,影响诊疗的连续性。这种现象对于异地患者的影响更大,他们很可能因此要在异地多呆几天,甚至为了获得同一专家的二次号源而费尽心思。

挂一次号看三天病,这个问题得到迎刃而解。其实,此举并非这家医院首创。当地卫生健康委员会曾下发通知,要求辖区各医院解决看病“重复挂号”“排队时间长”等问题,其中包括鼓励全市二级及以上医疗机构建立门诊会诊转诊机制,避免

患者重复挂号等内容。“挂一次号看三天病”只是解决多日重复挂号问题,但同一患者需要挂几次号等现象依然困扰着患者。有很多患者尤其是患有多种疾病的老年患者,通常在一天要挂几个号,并且每次还得从头排队。建立门诊会诊转诊机制,通过会诊转诊由医疗机构内部协助诊治,利于化解“一天挂几号”等痛点,真正实现一次性全程诊疗。这两种便民举措叠加在一起,才能让重复挂号远离患者。

当然,医院兑现类似便民举措,需要克服不少困难,制定一些配套措施。比如,患者挂号次数减少,医生收入也会受到影响,这方面的损失需要得到相应补偿,方能调动医生参与的积极性。再如,很多医生尤其是专家,一周只有一两天看门诊,且医院出门诊的医生总数每天都有较大波动,“挂一次号看三天病”、建立门诊会诊制度等举措,需要医院在门诊设计和医生排班等方面作相应调整。

不断改善就医体验、减轻看病负担、优化就医流程,应该成为医院不变的主题。以患者为中心,就应该不畏艰难,不担心自损利益,先推出“挂一次号看三天病”等对患者有利的举措,然后再通过其它方式,消除可能出现的影响,确保便民举措能够落地生根,以此来推动医疗便捷程度螺旋式上升、医疗负担阶梯式下降。

奇葩招聘

要求说明父母兴趣爱好、写明是否有狐臭、列举婚育计划、询问家中是否有宠物……在就业市场上,一些奇奇怪怪的招聘

要求屡见不鲜。而一些侵犯求职者个人隐私、招聘条件涉嫌歧视等情形,更是引起了社会公众的广泛关注。

图/沈海涛



垃圾分类重在落到实处

尹贵龙

为进一步提升重庆生活垃圾分类水平,近日市生活垃圾分类工作领导小组办公室印发《关于推进城市生活垃圾分类深度覆盖工作的通知》(简称《通知》)。按照《通知》要求,今年全市将有序推进撤桶并点和后续管理工作,开展值桶、净桶、翻桶“三桶”行动,确保分类工作落到实处。

垃圾分类工作是事关人民美好生活需要的大事,是生态文明建设的重要任务,是党委政府必须办好的民生实事。近年来,重庆市委、市政府高度重视,下大力气推进垃圾分类工作,不断扩大垃圾分类覆盖范围,形成了以镇街为“主阵地”、社区为“主战场”、居民家庭为“着力点”的垃圾分类示范工作格局。去年,重庆市垃圾分类工作在全国46个重点城市中排名第一档(工作成效显著档),持续排列西部第一。《重庆市深化生活垃圾分类工作三年行动计划

(2020—2022年)》还提出,分三年三步走实现全市生活垃圾分类处理系统基本建成的目标,推出45项具体举措确保生活垃圾分类工作落地见效。

垃圾分类作为新的时尚,正在悄然融入人们的生活。但是,从观念认同到行动实施,从理解到支持到主动参与,仍有漫长过程,必须进一步加大宣传推进力度,引导形成垃圾分类投放习惯,实现垃圾分类精细化管理。据悉,重庆市生活垃圾分类工作领导小组办公室将在今年6月底前开展“再敲门行动”,向辖区城市建成区内所有居民发放垃圾分类告知书、承诺书、宣传手册等宣传资料,还邀请市民为垃圾分类工作建言献策,采取院坝会、恳谈会、意见征集会等方式,广泛听取采纳居民合理意见,进一步扩大垃圾分类覆盖面、知晓率。

有细致的管理,才能有细致的分拣,这是两相呼应的。像垃圾分类这样大方向上

看准了的事,形成共识后要考虑的就是如何在操作层面务实地展开。笔者认为,重庆即将开展的值桶、净桶、翻桶“三桶”行动就是一条非常好的措施。旧习惯的改变难以一夜之间实现,新习惯的养成也不能一天变为现实。在垃圾投放高峰期,安排督导员或垃圾分类指导员定时定点值守,引导居民规范投放,做好撤桶后电梯、走廊、集中投放点等公共区域清扫保洁,将垃圾分类准确率作为评价垃圾分类工作的重要参考……这些举措聚焦群众关切的细节问题,对应垃圾分类工作中的难点、堵点、环环相扣,体现着政府为人民服务的态度和社会治理的能力。只要持之以恒抓好落实,形成有效引导推进的良性循环,就能让“麻烦事”变“分内事”,让一时而起的“兴奋劲”内化为持久的习惯。

垃圾分类不仅是场持久战,也是攻坚战。只要人人动手、一起努力、真抓实干,就一定能够取得实实在在的成效。

大学生
评论大赛

教育内卷伤人伤己

张思雨

随着《小舍得》的热播,教育内卷的话题也越来越高。小学奥数、竞赛班、培训机构、升学压力……这些已成为父母和孩子绕不开的关键词。我们在感叹和吐槽田雨岚极端式教育方式,却无法阻止越来越多的人成为田雨岚式的父母,即便是标榜自由开明的新一代年轻人升级为父母后,也很难保证他们不会成为下一个南楠。

《小舍得》中夏君山关于当前教育现状的一段话引人深思——“一个剧场,大家都在看演出,突然一个观众站起来,其他观众为了能看到演出,也不得不站起来,最后大家都从坐着看戏,变成站着看了,有人站上椅子了,有人把梯子架起来,付出那么高的成本,就只能看到跟原来一样的甚至更差的体验。”这或许道出了许多父母的心声,那些深陷内卷来不及喘息的父母,又何尝不知道内卷会使教育变味儿呢?

诚然,教育需要竞争,但绝不是内卷。教育的本质是育人,持续的内卷或许让人们淡忘了分数不是教育的目的,成长才是。良性的竞争往往能为教育注入了源源不断的活力与生机,让受教育者的成长体验更加真切。但内卷是一种极端的竞争,它或许适用于一些以量化考核为导向的领域,但在以塑造人为己任的教育领域,是绝对容不下这种量化数据至上的极端行为,否则教育就失去了初心。

然而,教育的初心就如同电视剧中呈现的那样,一再被升学压力、就业压力逼到墙角。像子悠那样被父母用繁重的课业压得喘不过气的孩子越来越多,这些孩子或许能保持分数上的优势,但从成长角度来看,必然会缺失很多。因为他们错过了发现自己、认识自己的最佳时期,即使未来拥有了父母期待的高学历、高薪资,也会为不知道自己适合什么、喜欢什么而迷茫。甚至,很多孩子会因为压力过大,而出现各种各样的心理问题。当然,教育内卷引发的还有父母的焦虑,他们担心一代不如一代人,并把焦虑传导给孩子。

教育内卷的背后,是量化的考核标准让家长和孩子一味地追求漂亮的分数,是硬性的行业门槛让教育者不得不将培养目标硬化。要想停止教育内卷,就必须采取自上而下、自外而内的举措,将升学的考核形式和考查内容制定得更加多元化,让就业市场的选拔弹性更大一些,为有能力者提供更多展示的方式和机会。

(作者系吉林大学学生)

投稿邮箱: cqplds@163.com