

# “能者上、庸者下”，让干事创业蔚然成风

本报评论员 韩植超

展论英雄、看实绩用干部、比贡献定位次”的浓厚氛围，为干部队伍注入了一针“强心剂”。时隔5年，内蒙古经济总量重回全国中游序列，2024年地区生产总值同比增长5.8%，这份发展答卷，字里行间透露出干事创业的新气象。

地方主政干部依托当地资源禀赋，努力在大漠戈壁中探索出一条特色产业发展路径；大学副校长紧盯经费、就业、人才等学校建设难题，着力推动学校各项工作取得突破；检察院检察长不就业办案、机械司法，而是积极探索政治效果、法律效果、社会效果相统一的最优解决方案……内蒙古各级干部敢闯敢试的实践和成果，体现了激励干部担当作为相关制度的执行效果，也是当下“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”用人导向愈发鲜明的一个生动注脚。

“干事担事，是干部的职责所在，也是价值所在”。近年来，从中央层面制定、修订《推进领导干部能上能下规定》，到一些地方对这

一制度的细化与实践，充分调动广大干部干事创业、改革创新的积极性，让“干与不干一个样、干多干少一个样、干好干坏一个样”成为过去时，一系列创新经验和做法也传递出明确信号：“躺平”不可取、“躺赢”不可能，把敢不敢干事、愿不愿做事、能不能干事作为识别干部、评判优劣、奖惩升降的重要标准，“让有为者有位、为担当者担当”成为常态，才能更好地激发干部的紧迫感、危机感和责任意识，使其在社会治理和各项改革建设中发挥好引领、带头作用。

各地探索实践中不乏经验启示。比如，一些地方或聚焦基层一线岗位、或结合重大任务、或引入社会评议来动态研判干部履职质量，让“干了什么事、解决了什么问题、推动了什么发展”成为奖励和提拔的“硬杠杠”；通过容错纠错、提升待遇、减轻“文山会海”负担等，为干部担当作为减少后顾之忧；着力破解“能上不能下”难题，通过清单式列举“能下”情形、建立扣分量化“下”的标准

等举措，既克服了碍于情面难开口，又避免了主观随意难群众；对“下”的干部安排历练岗位、定期复检，既传递压力，又保留激励空间……事实证明，坚持严管与厚爱并重、激励和约束并重，才能保护好干部干事创业、改革创新的积极性。

真管真严、敢管敢严、长管长严。“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”的用人导向激活了干部队伍“一池春水”，一些地方的实践做法值得更多地方来“抄作业”。这一过程中，既需要刀刃向内的改革魄力，也离不开制度建设的能力与智慧。

“发展需要什么，干部就比拚什么”“把担当者用起来，主动担当就会蔚然成风”，当越来越多的干部以务实担当站成一排“冲锋队”，清朗的政治生态、经济社会的高质量发展无疑更加值得期待。愿更多地方以更大的勇气、魄力和决心，切实转变干部工作作风，高效推进各项事业进步与发展。

## 社评

中国新闻名专栏

“发展需要什么，干部就比拚什么”“把担当者用起来，主动担当就会蔚然成风”，当越来越多的干部以务实担当站成一排“冲锋队”，清朗的政治生态、经济社会的高质量发展无疑更加值得期待。

据5月26日“半月谈”微信公众号报道，自2022年起，内蒙古精准施策，制定实施激励干部担当作为12条措施，持续营造“凭发

## 非遗手作受追捧，文化自信的时代注脚

童方萍

据5月24日中国新闻网报道，当前，与非遗相关的手作日益受到大众欢迎，既催生一些新业态、新职业，又成为许多年轻人获取情绪价值、消解压力的“良方”。小红书公益联合非遗传播研究中心去年发布的平台数据显示，每秒就有一个人在搜索“非遗”，每一分钟便会有3篇与非遗相关的内容诞生。

近年来，与非遗相关的手作体验如同一缕春风，悄然吹进都市人的生活。从面塑到刺绣，从陶瓷到剪纸，人们在揉捏面团、穿针引线、塑形烧制的过程中“慢下来”，获得“亲手创造”的沉浸式体验，将焦虑与压力化作指尖的灵动。这些浸润历史温度的老手工艺，正以意想不到的方式帮助忙碌的都市人寻得一份悠闲，并在传统与现代的碰撞中迸发出崭新的生命力。

在这股市场潮流下，与非遗手作相关的新业态、新职业也加速崛起。数据显示，非遗手作体验工坊市场规模持续扩大，地域特色与城市文化消费交织，线上线下融合加速。在线下，品牌化、连锁化的工坊为传统技艺注入现代运营思维，通过打造体验课程、研学课程等，让剪纸、泥塑等非遗项目走进城市商圈、走进大众生活；在线上，年轻传承人将手工艺与时尚设计结合，在保留“原汁原味”文化基因的基础上，创造出符合当代审美的“情绪价值产品”，并经由社交媒体扩大影响力，吸引众多消费者购买。

某种程度上，“非遗手作”的走红，是非遗技艺历久弥新的生动注脚，也是文化自信在新时代的生动体现。然而，热潮之下也需保持警惕，过度追求量产可能导致技艺粗糙化，文化价值被稀释。因此，平衡保护与开发，建立可持续发展的传承机制，仍是未来需要面对的课题。

当传统技艺邂逅现代生活，人们会发现，通过创造性转化，历史文化能够为我们提供慰藉，为经济发展注入动能。当人们在非遗手作中找回内心的宁静，非遗技艺便不再是“过去的记忆”，而是流淌在生活中的文化血脉。期待这场诗意碰撞，能够书写非遗传承的新篇章。



## G图说

### 碰运气？

据5月24日央广网报道，随着高考临近，模拟押题卷市场热度居高不下，名师、AI大模型都被不少商家引入“押题”阵容，相关产品售价飙升至数百元，一些家长看到网上宣传得神乎其神，纷纷掏腰包购买，希望能碰运气。专家表示，无论是名师还是AI押题，暗藏的都是商业套路。

当人工智能的强大，遇到考前家长和考生的紧张焦虑，商家的营销术里自然有了新“筹码”，而只要预测到了与实际考试相同的知识点，就算“押中”，这种标准着实不靠谱。对相关套路，考生和家长要精准识别，同时也别把“押题”大当回事。实际上，近年来高考越来越注重考察考生临场对信息的分析和运用能力，一些题目的条件和场景设置、切入角度等也较为灵活，用所谓的“押题预测试卷”练手、查漏补缺当然可以，但如果对其过分相信和迷信，甚至打乱了既有的备考节奏，恐怕既不明智，也过于冒险。面对大考，打磨过硬实力、自信沉着应对才是正确姿势，抱佛脚、碰运气之类，万万要不得。

赵春青/图 乐群/文

## 织密监督网络，为移动式游乐设施系好“安全带”

徐刚

据5月25日央视财经报道，为保障群众和孩子们在游乐场所的安全，国家市场监督管理总局近日对全国游乐场所的特种设备，展开了暗访、规范和整顿，发现市场上仍有部分不法商家，私自定制购买属于特种设备的飞椅、海盗船等大型游乐设施，在人流密集的集市、展会上流窜经营，对这些移动的大型游乐设施，既不按相关规定进行备案，也不定期进行检验检测，安全隐患极大。

根据《特种设备安全法》，电梯、客运索道、大型游乐设施等为公众提供服务的特种设备的运营使用单位，应当对特种设备的使用安全负责，设置特种设备安全管理机构或者配备专职的特种设备安全管理人员。现实中，一些移动式大型游乐设施游离于安全

体系、监管体系之外。有的商家将游乐设施拆解为零部件运输，到现场后再进行组装，以此逃避备案程序。更有甚者，直接购买无资质厂家生产的“三无”产品，设备结构强度、安全防护装置等核心指标均不符合国家标准。

“三无”游乐设施为何屡禁不止？相较于位于城市的大型游乐场，不法商家往往选择监管力量较薄弱的乡镇、城乡结合部，且经营周期短、流动性强，“打一枪换一个地方”。一旦发生事故，商家可随时撤离，给消费者维权、监管部门取证带来困难。此外，面对低廉的价格，一些家长忽视了安全隐患，助推形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。近年来曝出的“充气城堡被风掀翻”“海盗船支架断裂”等事故，无不在警示：当“欢乐经济”脱离安全底线，代价惨烈而巨大。

根治移动式游乐设施之患，既需雷霆手段，更需长效机制。对此，5月23日，国家市场监督管理总局部署开展移动式大型游乐

设施专项整治行动，要求各地在行动中进一步加强设备摸排、强化源头治理、加大执法力度，此举及时且必要。下一步，还应完善常态化监管，加强对集市、展会、庙会等场所的巡查力度，要求相关活动主办方对“是否有游乐设施”进行报备；建立跨区域监管协作机制，实现“一处失信、处处受限”，倒逼不法经营者收手。

信息化时代，新技术可以为监管“插上翅膀”。例如，建立全国特种设备电子档案，运用物联网技术实现设备编码、检验记录全流程追溯；在游乐设施高频出现场所设置“电子围栏”，通过AI识别未备案设备；推广“二维码溯源”标识，消费者扫码即可查看设备检验状态，督促经营者规范经营……

唯有将“移动的隐患”纳入“牢固的防线”，为移动游乐设施系好法律与责任的“安全带”，才能真正守护童年的纯真笑脸，守护“游乐”二字背后的幸福本义。

## 推动“后厨直播”，让外卖食品安全“看得见”

何勇海

据央视新闻报道，为满足消费者的需求，越来越多的餐饮商家开始进行“后厨直播”。近日，广州市市场监督管理局指导当地推进“明厨亮灶”建设，只要点击外卖APP中的“明厨亮灶”版块，就可以对商家“云监工”，通过手机实时查看商家后厨的情况。至此，广州成为全国首个由政府层面系统性推进食品安全全链条监管改革的城市。

消费者在点外卖时，总有这样的疑问：菜是现炒的吗？后厨干净吗？厨师操作规范吗？这也难怪，一些外卖商家卖的是预制菜，撕开包装复热、煎烤，淋上佐料就打包送走，

挣的却是“现炒钱”；有些外卖商家的线上店铺图片看着光鲜亮丽，实际操作环境却惨不忍睹，厨房满是油污，食材随意堆放，苍蝇蚊子满天飞……在这种情况下，曾有外卖小哥向外界发布点外卖“避雷清单”，受到消费者的点赞和追捧。

可以说，外卖行业面临一定的信任危机——《2025年一季度中国消费者消费意愿调查报告》4月20日发布，该报告有一项关于“老百姓餐桌”的调查结果：连续三个季度消费者选择在家做饭的次数增加了，外出就餐和点外卖的次数减少了。个中原因是多方面的，但这与消费者对外卖行业的信任程度降低不无关系。当外卖商家的违规操作变成“常规”操作，“越来越不敢点外卖了”便成为

一些人的口头禅。

但从另一个角度来看，信任危机也是推动行业走向规范化发展的契机。为保障消费者的知情权，赢得消费者的青睐，一些外卖商家或在外卖平台推动下，或是自发地开始进行“后厨直播”，也就是在后厨安装摄像头，全程直播备菜、炒菜、出餐过程。消费者无论是去店里点单，还是在线上点单，都可以看到实际状况，这让消费者对餐食质量有更直观的感受，也有助于商家自身的可持续发展，乃至提升整个行业的食品安全水平。

此番，广州在全国首开先河，从政府层面系统推进外卖行业“互联网+明厨亮灶”建设，加快构建“政府监管+商户自律+平

台赋能+公众监督”的社会共治智慧监管模式——此举是监管模式的创新，推动传统的人工巡查转向智能化、信息化监管，让“看不见的后厨”变成“透明的厨房”，切实守护市民群众“舌尖上的安全”。此外，这也让“优胜劣汰”的市场法则发挥作用：勇于打破信息不对称、主动接受社会监督的商家，将赢得市场与口碑，反之，必将被消费者抛弃。

今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》，其中第十七条就明确提出，加强网络订餐线上线下一体化监管，推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，强化无堂食外卖监管和社会监督。期待各地都从政府层面推动外卖商家开展“后厨直播”，同时建立“后厨直播”规范体系，明确直播的标准和要求，确保直播内容的真实性与全面性。

推动外卖行业“明厨亮灶”，短期来看有一些难点需要克服，有一些问题需要攻坚，但从长期来看，无论是平台、商家、消费者，还是外卖行业、地方经济发展，收益都将更大。

王宇

据央视网报道，近日，上海新华路隧道成为网红拍照打卡点。有网红博主在夜晚进入这条明令禁止行人和非机动车进入的隧道，只为拍出“王家卫风”的照片。而在社交平台搜索“电影感隧道拍照”“复古港风”等，均有不少“指路教程”。照片中，打卡者在新华路隧道两侧应急人行通道中，全然不顾边上驶过相距不到半米的车辆。更有人选择坐在应急人行通道上，双脚踏入机动车道内。对此，上海交警部门已展开专项整治。

光影交错、车流穿梭、幽暗深邃……夜晚的隧道确实自带电影的“氛围感”，然而也正是因为灯光昏暗，驾驶人视线不清晰，稍不留神就会酿成交通事故。这些网红博主为了蹭热度、博流量以身犯险，不仅是对自己的极度不负责，也严重扰乱了交通秩序，危及他人生命安全。

一段时间以来，拿生命“凹造型”的争议事件屡见报端，有人为吸引眼球，坐在悬崖伸出悬崖的“试胆石”上拍照；有人不顾交通安全警示牌，直接躺在“网红公路”中间拍照；还有人醉心未经开发的“野生景区”，只为求得一组惊艳朋友圈的照片……

明知道涉险拍摄害人害己，为何总有人无视规矩，铤而走险？以此类隧道打卡事件为例，这里面，首先是“流量至上”在作祟。纵观各路“教程”不难发现，博主们往往细致标注“最佳机位”“最佳拍摄时间”和“最佳家卫”式的后期参数等出片“要领”，却对明晃晃的“禁止行人通行”等交通标志绝口不提。而社交平台虽标注了“危险行为，请勿模仿”，但那小小一行的提示字样极易被忽略，不足以让公众意识到其中暗藏的风险。

此外，打卡拍照的潮流之下，很多网友抱有从众心理、侥幸心理：别人的社交平台都是“精装修”，自己也得跟上潮流；夜里车辆不多，“就拍几分钟出不了啥事儿”……殊不知，意外总是来得猝不及防，类似的心态很容易将自己推向险境。

爱美之心人皆有之，想要记录生活的心情也可以理解，但在绞尽脑汁想构图、比姿势的同时，也要有底线意识，时刻绷紧“安全守法”这根弦。若是拿生命作赌注，出片一旦变“出事”，对个人对家庭而言都是终身的遗憾。

及时遏制这种危险行为，需要动员多方力量，构建更全面的治理体系。一方面，对于网红博主漠视公共安全、诱导涉险拍摄的行为，相关平台要进行有效约束，加强审核力度，及时切断传播链条，对违反规定、屡禁不止的账号予以封禁，并强化相关风险提示、安全提示。另一方面，监管部门也要畅通群众举报渠道，制定应急预案，对在危险地段“扎堆打卡”的网民及时进行疏散。当然，最重要的是，公众自身理性看待“网红打卡”，对无视安全的冒险行为做到不点赞、不跟风、不传播。

对于网红博主来说，不是什么流量都能蹭；对于我来说，再美的照片，也不值得用生命去换取。期待治理手段不断创新，推动规则意识入脑入心，让“打卡”成为记录美好生活的窗口，而非公共安全的漏洞。

## 填平“上门清洁陷阱”，守住消费者“钱袋子”

李英锋

近日，有消费者反映，家中老人遭遇“上门免费清洗”骗局，花近3万元买了400多瓶清洁剂，如果一个月用一瓶要用35年。记者调查发现，此类骗局近期在多地频发，不法分子瞄准老年群体，打着“厂家直销”“免费服务”旗号，将价值仅几元的清洁剂卖出上百元。不少老年人被推销人员以情感绑架、虚假宣传等手段诱导，购入远超实际需求的清洁剂。（见5月23日中央广电总台中国之声）

“上门清洁陷阱”的违法侵权套路并不复杂，甚至很拙劣，之所以屡屡得手，关键在于不法分子精准拿捏了不同群体的心理。例如，他们利用老年人的善良与同情心，锁定其信息获取渠道有限、防范意识不足的弱点，为达目的大打“苦情牌”；而对年轻人，则换上“推荐代理”“市场前景好”等话术，以虚假承诺诱导其囤货。

《反不正当竞争法》规定：经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。根据《刑法》，以非法占有为目的，用虚构事实或隐瞒真相的方法骗取数额较大的公私财物即构成诈骗。从法律层面审视，这些清洁剂推销人员虚构身份、夸大功效、编造话术，欺骗误导消费者，轻则构成虚假宣传，重则具备了诈骗罪的构成要件。

要填平“上门清洁陷阱”，须综合施策，打出治理组合拳。监管部门应开展专项治理行动，结合消费者的投诉举报，顺藤摸瓜开展调查，斩断违法侵权链条；还应开展溯源治理，压实生产企业对经销商行为的管理责任，从源头规范营销行为，遏制上门忽悠或诈骗的冲动。

同时，各地可通过网络群组、社区公示栏、防骗课堂等媒介强化普法宣传，发布典型案例，戳穿“上门清洁”等陷阱的违法侵权套路，揭露“免费服务”背后的诈骗剧本，提醒消费者尤其是老年群体提高警惕、理性消费。

作为子女，我们也要多关心、陪伴老年人，发现父母在家中大量“囤货”时，应问明情况、及时应对。共筑社会防线，方能填平类似陷阱，守护好消费者的“钱袋子”，让不法分子“无计可施”。

## 扎堆隧道打卡拍照？莫拿生命换『出片』