

今日论语

党的十八大开幕第二天,就有有心人作了统计——胡锦涛同志所作的十八大报告中,“人民”共出现了145次。新华社就此发表评论文章说:“必须始终把人民放在心中最高位置,是十八大报告其中真意。”这几天,全国上下都在学习贯彻党的十八大精神,深入领会好这一层真意,是要害,是关键。昨天,上海市委书记、市长韩正主持召开市政府常务会议,认真学习、深入贯彻党的十八大精神,结合当前工作实际,部署抓好岁末年初各项工作。韩正同志在讲话中,花了很大的篇幅,强调必须坚决用更大气力抓保障和

凤夜在公多谋民生之利

江 硯

让人民生活得更好,这看似平凡朴实的目标,内中涵义却并不简单。当前的社会发展,进入了转型期,群众利益诉求呈多元化之态,群众对政府工作和未来生活,有种种新的期盼。十八大报告指出,要在改善民生和创新社会管理中加强社会建设。这是各级领导干部面临的新形势、新任务,因此,需要用更大气力、更多投入、更细致方式才能做好这项工作,才能做到让群众满意。

让人民生活得更好,各级领导干部当牢记多谋民生之利,这一点,须臾不可忘。要谋民生之利,只有根植于民,坚持以人为本、执政为民,完善党员干部直接联系群众制度,坚持问政于民、问需于民、

媒体视点

人民日报《敢于向坏习惯说“不”》:“打铁还需自身硬”。正反事实表明,好习惯成就人生、推动事业;坏习惯损人损己、阻碍发展。不在思变中创新,就在“习惯”中庸俗,只有敢于向坏习惯说“不”,我们才能不断剖析自己、完善自身。(蔡建华)

新京报《让虐童女幼师安心打工去吧》:短暂的失去自由,铺天盖地的批评,这一切都给了她足够的教训。让颜艳红安心打工去吧,她还拥有自己的漫长人生。不妨给她一些时间反省、还给她完整的生活空间,如此我们才能期待,有朝一日她以一声迟来的道歉,回报社会的宽容。(何足道)

京华时报《用环境透明带动裸商透明》:不同的考量,造就了“裸商”现象的传染,这种现象如果得不到有效制止,只能导致社会和市场环境的退化。而减少“裸商”现象的最好办法,是以法制的健全减少创富的原罪,以环境透明带动“裸商”的透明。(徐立凡)

“塑化剂”应列入食品强检国标

新民网论

当然,要不要把某一物质添加进强检国标,行业协会和行业内的企业往往有非常大的话语权。但是,在食品安全越来越受到公众关注的情况下,职能部门理

酒鬼真“鬼”

潘顺祺 画

观点圆桌

三天建一座博物馆有量无质?

新闻焦点:据新华社报道,山西太原召开的中国博物馆协会区域博物馆专业委员会年会上传出消息:我国登记注册的博物馆数量到去年底已有3589个,并以每年100个左右的速度增长,但大量博物馆生存状况堪忧。

重建设轻运营?

博物馆如果陷入“热热闹闹建设,冷冷清清运营”的尴尬,要么门可罗雀,要么干脆闭馆,显得死气沉沉,那么发挥的作用必然有限。这种状况令人痛心。郭文斌

放缓增长速度

不能光盯着博物馆的数量,还要看它们的开门时间有多长、参观的人有多少。对迅猛增长的博物馆,既要适当遏制建设的速度,也要提高维护的质量。龙敏飞

要看实际需求

一些地方的“博物馆热”表现为“集中开发”,忽视公众实际需求,未经充分论证。一旦遇冷,则陷入恶性循环,不但不能满足公众需求,又闲置了资源。朱昌俊

自由谭

今年年初,本市一家环保保洁公司招聘了30名环卫工人,清一色都是上海人。“环卫工”岗位受到沪籍报名者欢迎,令人意外。要知道,目前上海环卫岗位的一线职工多为外来务工人员。不仅是环卫工人,在一些行业,外来务工人员已是主力军。

上世纪80年代,国家放宽了对农民进城的限制,于是大量外来劳动力涌入城市。城市为他们提供了一份比务农更高的收入,以及一种崭新的生活方式,他们也为城市发展带来活力。曾几何时,在“包分配”体制的影响下,很多上海本市就业人员被分配到环卫岗位,而随着就业制度和生活水平的改变,环卫工人在上海本地人的比例越来越低,外来务工者正好填补了空

他们,城市无法或缺

尚 宜

世界上每一个大都市,都对本国其他地区、乃至其他国家的居民有着强大的吸引力。基于国内各地区的不均衡发展,以及上海本身的吸引力、对劳动力的需求,外来劳动力的“净流入”现象大概仍将持续。这种双向需求,需要进一步转化为一种长久、稳定、可预期的互惠关系。维护外来务工人员的合法权益,提高公共服务水平,让他们安居乐业,少些后顾之忧,既是对他们的回报,也能鼓励他们为城市发展做出更多积极的贡献。多些长期、稳定的劳动关系,就能少些“保姆荒”;提高以外来务工者为主的行业的收入水平,还有利于吸引上海本地人进入这些行业,令人员结

新民随笔

光棍“冤情”

吴 强

今天11·22,我就纳闷了,一朝“脱光”,光棍成双,从形单影只到双栖双飞,爱的进行式——这么好的日子、这么好的口彩,善于造节、精于造势的电商,怎么就没跟进开打促销战呢?

不打大约有几个可能:一、11·11光棍节大战结束才10天,太快再打怕消费者“促销疲劳”;二、打一场大战,并不那么容易,广告、货源、支付、后勤等等,都要休养生息一下;三、上次大战硝烟尚未完全散去,超卖、快递等战场还需打扫。接下去的促销大战,大约要推到下个月了,12年12月12日,三个“12”碰头。至于为何三个“12”碰头就要造节促销,不得而知。

同样不得而知的是为何光棍节成为电商促销的狂欢盛宴?从我身边来看,光棍节上抢购的10个人里面9.95个不是光棍。本来嘛,中国传统中,光棍生活,所谓一人吃饱、全家不饿,最是将就的。不管是消费能力还是消费意愿,都赶不上那给自己买护肤品、给老公买新手机、给孩子买秋衣秋裤的已婚女性一族。

因此,打着光棍节幌子掀起的购物狂飙,吹皱一池春水,其实干光棍何事?光棍是蒙受了不白之冤的,不知道促销大战中晃眼的广告伤了几多光棍的心,有着鱼没吃到,却沾一身腥的悻悻之感。光棍的“冤情”在于:这明明是一次以价格战为硬道理的全民大甩卖、全民大狂欢,为何独独要拿光棍来说事?

光棍当然不会去抗议被拉到电商促销台上无偿站了一次台,但反过来说,为电商计,这样名不副实的全面价格战其实也颇有改进余地。要知道,一款所谓适合所有人的产品固然有可能因此而有最大销路,但也很有可能因为缺乏针对性而失去许多人。

全民促销也是如此。还是举光棍节的例子,光棍节不是不能做。光棍也有光棍的需求,光棍也是一种生活方式。当上升到一种生活方式时,或许会发现很多可以为光棍量身定制的商品,并且能够娓娓道来,让光棍打心眼里觉得这就是我想要的:从精致小户型、迷你小车型到一份方便快捷、一个单人沙发、一份独身保险,等等等等。

全“商”大战,劳民伤财,偶一为之,未尝不可,但打多了,有时还吃力不讨好,赔了吆喝赔了买卖。尝试一下精准化营销,发挥电商在网络上能够实现精细化跟踪的独特优势,让商品偷偷溜进特定消费者的心,如何?