

# 上海出台《办法》划“红线”标“底线”严防市管国企领导利益冲突 “七个不得”堵住国资“出血点”

**本报讯** 近日,上海根据《中国共产党廉洁自律准则》《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》等有关规定,制定出台《关于市管国有企业经营管理活动中防止领导人员利益冲突的办法(试行)》(以下简称《办法》),明确“七个不得”行为限制,进一步扎紧扎牢制度篱笆,促进国有企业领导人员廉洁从业。

## 抓好“关键少数”

习近平总书记强调,国有企业是党执政兴国的重要支柱和依靠力量,国有企业领导人员是党在经济领域的执政骨干,必须做到对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁。上海是国有企业重镇,处于国资国企改革发展的前沿。为深入推进国有企业党组织加强全面从严治党,2017年上海制定出台《关于加强和改进市管国有企业党风廉政建设的实施意见》,通过推动党内监督融入现代企业制度、推进廉政要求嵌入内控管理等,进一步压实国有企业管党治党责任。

在推进国有企业党风廉政建设的同时,上海结合实际,采取有效措施,切实抓好国有企业领导人员这一“关键少数”廉洁从业行为。通过认真分析近年来巡视监督、执纪审查等发现的国有企业领导人员违纪违法案例,一些国有企业与该企业领导人员亲属或特定关系人及其投资经营的企业,发生利益输送、

利益交换等关系。国有企业领导人员履职时所代表或维护的企业利益与个人利益之间发生了冲突,导致腐败问题的产生,需要细化行为限制,形成防范措施。

## 明确“七个不得”

在认真执行《关于进一步规范本市领导干部配偶、子女及其配偶经商办企业行为的规定(试行)》的基础上,按照中共中央政治局委员、上海市委书记李强的批示要求,经深入调查研究、广泛征求意见、反复修改完善,最终制定出台《办法》。《办法》立足关口前移、构建预防机制,将国有企业领导人员在履行经营管理职责中的行为限制明确为“七个不得”:

围绕企业经营管理中的主要市场活动,明确“本人的配偶、子女、其他特定关系人及其投资经营的企业不得与任职企业及关联企业发生经营业务往来;不得与任职企业及关联企业发生投融资关系”。

围绕当前上海推进新一轮混合所有制改革,明确“本人的配偶、子女、其他特定关系人及其投资经营的企业不得参与任职企业及关联企业的混合所有制改革”。

围绕经营管理中的用人问题,明确“本人的配偶、子女、其他特定关系人不得在分管的企业、部门担任领导职务或者从事重要岗位工作”。

围绕防止领导人员利用已建立的业务关系谋取私利,明确“本人不得与业务对象发生非正常的借款、委托理财等经济往来;不得介绍配偶、子女、其他特定关系人及其投资经营的企业与业务对象发生经济和业务往来”。

同时,《办法》还将“本人不得有其他利益冲突的行为”作为兜底条款,防止挂一漏万,进一步使制度的“笼子”密织。

此外,《办法》在明确负面清单的基础上,还提出了防止利益冲突登记查核、承诺明示、合同管理、内控管理、业务对象准入和退出、轮岗交流,离职或退休后从业、公务回避等8项措施,以及对违规违纪违法行为的惩戒处理措施,充分体现“严字当头、一严到底”。

如在登记查核、承诺明示方面,市管国有企业领导人员每年需要填写与《办法》相配套的《防止利益冲突有关情况登记表》,对遵守“七个不得”行为限制作出书面承诺和说明,企业领导人员系中共党员的,须在民主生活会上进行明示。有关纪检监察组织按干部管理权限将登记情况纳入企业领导人员廉政档案,按一定比例开展登记情况抽查,并结合信访举报反映问题进行重点查核。

## 营造“亲”“清”环境

“七个不得”为我们划清了“红线”、标明了“底线”。一旦发现利益冲突情况,我们将严

格按照规定及时向组织报告。”一名国有企业领导人员表示。

制度的生命力在于执行。“对于国有企业领导人员违反“七个不得”规定的将严肃处理。对登记中弄虚作假、未按规定报告或者回避的,予以从重处理。”市纪委监委有关负责人表示,对于违反《办法》获取的不正当经济利益,将予以收缴或责令清退;给企业造成经济损失的,依据国家或企业的有关规定严肃处理。

下一步,上海有关部门还将督促市管国有企业依据《办法》制定相应管理制度,将本级及下属单位经营管理重要岗位纳入管理范围,并要求市国资监管机构管理的其他国有企业、区属国有企业参照《办法》执行。

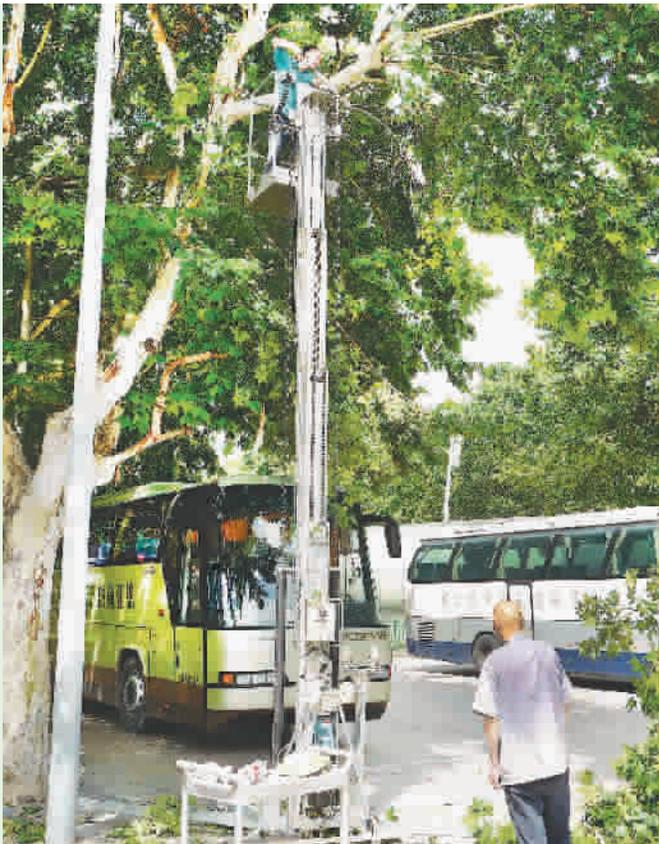
“要推动党风廉政建设与企业经营管理深度融合,切实规范国有企业领导人员廉洁从业行为,架起制度的“高压线”,堵住国资的“出血点”,不断提升风险防控能力,推动国有企业持续健康发展。”市委常委、市纪委书记、市监委主任廖国勋强调。

全面从严治党,国企没有例外。上海将继续紧盯国资国企等重要领域和关键环节,努力树立鼓励开拓有为、支持善作能为、问责无所作为、惩治腐败行为的鲜明导向,积极营造“亲”“清”的国有企业改革发展环境,以全面从严治党新作为推动国有企业各项工作迈上新台阶。

## “机械腿”助力修树工

昨日下午,途经武胜路,见一园林工人站在上下便捷的升降机上修剪行道树,操作方便、安全、省力。往日修枝攀爬树杆修枯枝,一手抓住树干、一手用锯操作,不仅吃力而且危险。如今,机械化工具为夏日的园林工人既减轻了劳动强度,也提升了安全系数。

种楠  
摄影报道



## 新民随笔

## “洗脑”

卫蔚

四年一度的世界杯,在这个互联网发达的时代,从球迷盛事变成了全民“洗脑”。是耶非耶难评鹭,大约只能留一声叹息。

世界杯期间,打开各类网购软件,从啤酒瓜子到鸡爪鸭脖,牢牢占据了“首页强推”;这边夜宵打折,那里24小时特快专送。连从不看球的老妈,也在法阿大战时突如其来地问:为啥看球不叫点小龙虾?

总算解释清楚“小龙虾并不是看球标配”,想静下心来看看会儿比赛,从赛前到中场休息,先于国足走入世界杯的中国广告无孔不入地摧残人们的耳朵:“为什么要先上XX窝?为什么……”“找工作,直接跟XX谈!找工作……”“你知道吗?你真的知道吗?你确定你知道吗?你真的确定你知道吗……”三个广告一咏三叹反复重复着“脑残”创意,真想让人找转播方要求赔偿精神损失。

赛罢回归工作,刷微信看朋友圈,陡然发现从时尚到新闻乃至情感、养生类公号,一夜之间都开始为世界杯“代言”:《世界杯,这样的家庭才是人生赢家》《爱他,就去他家看看》《世界杯,养生球走一个》……被转载最多的莫过于对球员样貌、

身材高大品评的帖子,连从不看球的女同事,也在开赛前拿着某公号文刊载的波兰球星莱万下飞机照片,一脸感叹地说:“今年世界杯德国队很帅啊。”

今年世界杯,参与制造狂欢的,以互联网行业为最。对于这个行业来说,不怕被骂、就怕被忘。有热点、有用户的世界杯,正是给全中国人民“洗脑”,让他们记住自己的最好机会。毕竟,6月14日世界杯开幕式当天,中国大陆地区共有超过1.28亿观众收看相关节目。四年一度充满仪式感的超级体育IP,有着如此庞大的用户触达量,因此,比球迷更兴奋的,是各类互联网营销者。

于是,我们看到了非球迷的老太太也以为看球就要吃小龙虾,也看到了肯砸1.65亿人民币买15秒广告反复说三五句话的某旅游网站、招聘网站和网络问答社区,以及那些呕心沥血要把自己和世界杯挂上钩的自媒体写手。

面对着网络时代“全方位、无死角”的洗脑营销,世界杯对于球迷来说,或许开启了一个最烦人的时代。

## 市消保委消费体察 11家平台空调维修 仅2家合格

# 多数维修人员操作时“做手脚”

**本报讯** (记者 罗水元)昨天,上海市消保委公布的《2018年空调维修消费体察报告》显示,11家维修商中,仅上海百联电器科技服务有限公司(报修电话:962512)、苏宁维修(报修电话:4008365365)这两家没有欺诈性维修。

为充分了解本市家电维修行业的执业规范及诚信经营等实际情况,市消保委家电专业办联合徐汇区消保委根据消费者的消费习惯,挑选了360、百度、家电报修一线通等11家平台作为体察对象,涉及互联网平台8家、电话查询平台3家,并以平台搜索排名靠前的以及平台推广的空调维修服务商作为消费体察对象。

每次消费体察前,市消保委家电办专家均先检测空调性能,在确保机器正常运转且制冷剂充足后,设置一个简单故障:将万能遥控器设置为乱码。

正常情况下,专业维修人员都能快速处

理这样的故障,解决办法只需对码准确,便能使机器重新正常工作。

然而实际体察时,欺诈性维修商却不约而同用起了反接压力表的“检测方式”,造成缺少制冷剂的假象,再进一步据此虚构出“缺少制冷剂”“电脑版损坏”“电子元器件损坏”等其他故障。

其中,来自百度、360、报修一线通(上海市交电业商业行业协会)、淘宝网等4家平台上的空调维修服务商还同时虚报两种故障,各自分别收取了730元、700元、470元、350元的“维修费”。

如从百度上找到的上海喜梦制冷设备安

装维修有限公司维修工,上门像“掏鸟窝”一样“手测”后就判定内机电脑版故障,要求要么付400元修理电路板,要么付800元更换电路板。体察人员选择修理后,维修工将内机“捣鼓”了一会儿(实际并未修理),便称修好了,随即又以加氟利昂的方式让消费者继续买单。

而从360网上找来的“厂家售后(官方)厂方中央空调服务中心”,同时存在虚构电子元器件故障、虚购缺少制冷剂情况。360网有关人士称,如果其空调坏了,不会在360网上找人维修。

性质最为恶劣的是来自58同城网上的“邻家易道维修服务”。该单位维修工上门就

说是电脑主板损坏,强烈推荐更换通用板,并且要把机器好的电脑板拆下来带回去。体察人员要求修理或者更换原装板子,却未达成一致意见,维修工最终同意将机器回复原状,收取80元费用。但在离开前,维修工故意拔掉了内接插件连接线和外机电源连接线,因连接线仍带电,且离空调金属外壳仅几厘米,稍有不慎就可能引发触电事故。

市消保委秘书长陶爱莲介绍,此次消费体察还发现一个情况,就是相应平台上的空调维修商,在正规的企业信息库中并不存在,“主体资格不清,平台责任不落实,一定程度上助长了这种不诚信行为”。