

魄力空前！新一轮机构改革要啃最硬的骨头

□人民

尽管对这一轮机构改革的力度之大早有预期,但当改革方案与公众见面时,很多人还是忍不住惊叹。

近40年来最有远见和魄力的方案

不再保留国土资源部、国家海洋局、国家测绘地理信息局,组建自然资源部;不再保留环境保护部,组建生态环境部;整合工商、质检、食品药品监管部门的主要职责,组建国家市场监督管理总局;成立应急管理部、退役军人事务部……3月13日,国务院机构改革方案提请十三届全国人大一次会议审议。20多项改革,涉及范围之广、调整程度之深,在很多方面超出了众人的想象,堪称改革开放近40年来历次机构改革中最有远见和魄力的方案。

为什么机构改革的次数如此频繁?

改革走到今天,已届不惑之年。屈指算来,不包括今年这次改革,1982年之后的30多年时间里,国务院机构一共集中进行过7

次改革,基本上平均每5年就进行一次政府机构的调整。为什么机构改革的次数如此频繁?

原因就在于这几十年来始终处在经济社会深刻变革的调整期。企业生产经营跟着市场走了,还需要煤炭部批生产指标、纺织部管产品销售吗?深化国有资产管理和金融体制改革,没有专门的监管部门如何能够落实?食品药品安全问题日益突出,但九龙治水“几顶大盖帽管不好一头猪”的窘境怎样克服?经济基础变化了,上层建筑必须随之而变。

过去7次机构改革遵循怎样的思路?

现在回头来看,1982年的改革,精简了各级领导班子,加快了干部队伍年轻化。1988年的改革,重点是围绕经济改革转变政府职能,淡化经济管理部门的微观管理职能。1993年的改革以政企分开为中心,目的是构建社会主义市场经济基本框架。1998年的改革以中央政府人员、机构减半为目标,政府职能转变有了重大进展。2003年的改革以加入世贸组织为大背景,提出了决策、执行、监督

三权协调的要求。2008、2013年的改革则继续围绕转变政府职能这个核心,探索建立大部制体制。沿着经济体制和社会管理改革这条主线,围绕“经济调节、市场监管、社会管理、公共服务”等政府基本职能,机构改革的脉络清晰可见。

对改革规律的认识是一个曲折过程

改革是探索未知的过程,对规律的认识和把握,需要在实践中不断摸索。1982年,国务院各部门从100个减为61个,人员编制从原来的5.1万人减为3万人。但由于当时经济体制改革的重点在农村,对于行政管理没有提出全面变革的要求,所以政府机构和人员都没有真正减下来,不久后又呈膨胀趋势。1993年政府机构改革的一项重要改革任务是压缩甚至撤销工业专业经济部门,但从实践看,能源部和机械电子部本来是1988年改革由多个部门合并而来的,这一次又被拆成机械部和电子部、电力部和煤炭部。其间的分分合合,有形势变化的原因,更有对客观规律认识的曲折。

不回避权力和利益调整的深刻变革

进入新时代的中国,坚持和加强党的领导是必然要求,面对社会主要矛盾的深刻变化,面对国家治理体系和治理能力现代化的迫切需要,深化党和国家机构改革,“下决心解决多年想解决而没有解决的问题”的时机已经成熟。与以往机构改革主要涉及政府机构和行政体制不同,这次机构改革是全面的改革,包括党、政府、人大、政协、司法、群团、社会组织、事业单位、跨军地,中央和地方各层级机构。仅就国务院机构改革方案看,也充分体现了不回避权力和利益调整的革命性特点,对现有的传统既得利益进行整合,重塑新的利益格局。充分体现了以习近平同志为核心的党中央大刀阔斧的改革决心和深谋远虑的改革智慧。

机构改革是一个过程,不会一蹴而就,也不会一劳永逸。“知难而进,志在必成”,我们一定能啃下那些最硬的骨头。坚持问题导向,突出重点领域,建成适应中国特色社会主义新时代要求的党和国家机构职能体系这一目标,肯定能够实现。

漫活



真假“网红店”

网红糕点“鲍师傅”曾一夜爆红,目前在全国仅有26家门店。然而在其走红后,全国各地形形色色的“非正宗”鲍师傅纷纷冒了出来。据其创始人鲍才胜透露,全国最少有1000家侵权店,现已起诉一家以“鲍师傅原创者”名义开展连锁加盟的公司,将于本月中旬开庭。(勾犇)

“实名制”矿泉水有创意也有价值

□侃人

今年全国两会上,一处细节引得很多人打call:亮相会场的矿泉水瓶上,都贴上了一张绿色的环保标签,上面印有中英文的“给水瓶做记号,并请喝完”字样。该标签无须用笔,用指甲就能写上名字或做标记,给矿泉水来个“为我所有”的“实名制”认证。

两会矿泉水“实名制”,毫无疑问是指向改进会风的努力:“实名”只是形式,反浪费才是目的。

矿泉水“实名制”兹事体小,却是观察会风的一个剪影。能否将这预示着会风向好的细节性动作坚持,也会影响到人们对“改会风”持续性的认知。

今年两会上的矿泉水“实名制”在既往的基础上,还有所改进。跟以往在矿泉水瓶上贴上编号或写上代表委员名字有别,今年的这款环保标签,既让会场的节约化设计减少了工作量,让矿泉水瓶更容易认领,又更具创意,让代表委员们更好地发挥DIY精神的同时,也被唤起节水的参与性。

给矿泉水瓶贴环保标签,有创意也有价值。将这种倡导绿色、节约的细节设计嵌入两会会风改进框架内,并让其常态化,其示范效应势必会外溢到其他会议和活动,甚至“感染”更多领域,进而让“小标签”切实发挥出“大作用”。

3.15 鹰城市民消费满意度调查活动

鹰城消费者信赖品牌展示

2018年,中国消费者协会将3·15消费维权年主题定为“品质服务 美好生活”,是呼吁全社会崇尚品质消费理念、适应品质消费需求,创造品质消费环境,以品质消费需求倒逼供给侧品质提升,满足消费者日益增长的美好生活需要。作为彩电行业的领军企业,创维历来积极响应国家的政策精神,为配合这一主题,创维3·15期间在全国开展“贴心体验 智享生活”为主题的便民活动,旨在将“品质服务”落到实处,给消费者带来更多便捷。

走进消费者,实惠你我他

家里的电风扇或者电饭锅出故障,一直没时间去维修怎么办?不用急,3·15期间创维将在全国范围内开展免费家电维修、检测、维修等一系列的活动,为广大消费者带来便利与实惠。据了解,免费服务活动不分品牌品类,大到电视、空调、洗衣机,小到电风扇、电饭锅、台灯,凡能够现场修复的家电产品,均提供免费维修。对孤寡老人、残疾人等特殊消费者,给予优先处理甚至上门服务。此外,为回报消费者,倡导健康、安全的居家环境,活动现场还会开展智能锁、净水

贴心体验 智享生活

器等优惠促销活动。

记者从一位资深家电维修工程师处了解到,家电行业的投诉当中,很多用户反映家里的电器反复维修修不好,往往是因为没有找到正规的维修渠道导致维修质量不理想。因此,活动当中,创维服务人员会提醒广大消费者通过正规网站、客服电话或官方微信等渠道获取正规家电维修公司的维修联系方式,以免上当受骗。

一“号”在手,服务尽有

当今消费需求正从“温饱型”向“品质型”跃迁,无疑对服务品质提出了更高要求。为增强用户体验,创维持续优化“创维服务”微信公众号,用户无论是在网上购买还是在线下商场购买创维产品后,均可通过“创维服务”微信公众号提交安装请求。通过微信关注“创维服务”微信公众号后,点击“服务”栏,便可根据自身需求,选择安装或维修服务,菜单中的家电类型、安装方式和

用户信息大多采用点选式操作,服务请求可以简单快速地完成提交,这一系列操作均在手机微信客户端完成。通过该平台“下单”后,创维随即会将服务时间及上门人员的信息反馈给用户,用户还可随时随地查询服务进度,有效提升用户的交互体验。

除日常的安装维修服务外,“创维服务”微信公众号还集成了家电清洗、玩机宝典和在线商城等诸多实用功能,定期推送优惠活动和家电维修技巧。截至目前,“创维服务”微信粉丝数已超过800万人次。

畅通渠道,闭环诉求

多年以来,创维大力探索网络商品消费、服务消费等领域的消费纠纷快速解决机制。多次升级客服接听设备及办公操作系统,使得全国统一服务热线95105555一直能够稳定运行,确保为全国消费者提供365天的全天候服务,虚心听取消费者的意见和建议,紧贴消费者需求,并且围绕OLED高端产

品消费者,专设“高端产品专家客服”,为其提供涵盖产品功能了解、技术咨询、调试指导及日常维护保养等方面的高端服务。此外,专设投诉处理组,针对服务领域纠纷进行专人专项处理。通过搭建和畅通网站、微信、微博、电话等渠道,方便消费者投诉与咨询,提升消费维权效能,实现投诉闭环处理。

据了解,创维热衷于此次活动,充分诠释了以消费者为中心的理念,倾听消费者声音,重视消费者诉求,以消费者满意为标准,让消费者在便捷、安全的消费环境中逐步体验更极致的产品和更贴心的服务,实现对美好生活的向往。

