



从多个省市组团赴海外“抢订单”“引外资”,到逾40城发放新一轮消费券,随着发展的宏观环境不断改善,促消费、稳外贸应成为重要着力点,为市场主体解忧纾困的举措也应加紧落实。在后疫情时代,哪个地方市场主体多、企业活力足、公共服务优,哪个地方的发展潜力就大、后劲就足,在未来将赢得更多发展先机。

——光明日报:《“抢订单”稳经济 敢拼才会赢》

在物资相对匮乏的时代,许多北方人把水果做成罐头代替新鲜水果,逐渐形成一种传统;不少孩子生病时,也会得到父母买的黄桃罐头。吃上几口清凉的黄桃,一度成为很多家庭在感冒期间休息养病的“仪式感”。如果黄桃罐头能让人回忆起儿时的美好,给患者带来一些心理安慰,未尝不是对抗病毒的一种方式。大可不必为黄桃罐头贴上“焦虑”标签。一口黄桃罐头的美味,折射市民积极防疫、快乐抗疫的好心态;甜美的回忆,良好的心态,都算是抗“阳”的一剂良方。

——北京晚报:《不必为黄桃罐头贴“焦虑”标签》



【本期话题】

通信行程卡下线

12月13日0时起,通信行程卡服务正式下线。通信行程卡在短信、网页、微信小程序、支付宝小程序、App等查询渠道将同步下线。自此之后,我们的行程重新成了我们的隐私。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎冀州人 使用了将近三年的通信行程卡,对防控疫情贡献很大。应需而生,适时而终,是疫情防控新形势新变化需要,也顺应了个人信息保护和便民出行具体要求。

◎殷建光 挥手告别通信行程卡,我们放下包袱,更顺畅地奔赴新生活。但疫情还没有结束,防疫不能躺平,人人需打造好自己的“保健卡”。每个人唯有做自己身体健康的第一责任人,才能为抗“疫”作出贡献。

本期话题下期继续

擦亮老字号 推陈出新是关键

□张忠德

白蒲黄酒、老万和潮糕、三香斋茶干、四海楼美食、新中腐乳、西亭脆饼、孟家蟹包、四宜糕团、季德胜蛇药、鑫缘茧丝绸、如东狼山鸡……在江海大地,上述品牌都是南通人耳熟能详、赞不绝口的老字号,每一个都是大名鼎鼎。

(12月14日本报3版)

每一个地方,都有人们心中的老字号。从南通来看,目前一共拥有42个老字号,其中国家级老字号6个、省级老字号16个,其余均为南通市级。

但从近年消费者和网友对老字号的消费态度看,

其光鲜历史背后面临的问题也确实不少,如性价比不高、服务体系缺乏客户黏性等问题,就饱受消费者诟病。如何让老字号突破瓶颈焕发新的生机,足以引发我们思考。值得正视的是,老字号并不意味着安于守旧、一成不变,必须要适应市场发展的新需求。也就是说,擦亮老字号,推陈出新是关键。

老字号的价值在“老”,出路在“新”。老字号应顺势而为,不断创新、适时调整,将传统工艺与现代设计、现代工艺等相融合,满足不同时代的消费需求。比如,有针对性地进行产

品研发、设计和创新;深度开发老字号,走好文旅融合新路子,如通过打造“老字号研学之游”,让老字号搭上研学游快车;抱团取暖、触网转型,大力推广老字号网上营销模式,开展老字号“一品牌一故事”宣传推广活动等。尤其在战略上要有前瞻设计,以创新的思维、创新的经营,时刻保持年轻的心态和进取的状态,从而赢得更多的青年顾客。



为了山清水秀不妨多些志愿行动

□鹰远

近日,崇川区和平桥街道百花苑社区的巡河小分队增加新成员,来自南通排水管网有限公司的志愿者将运用专业视角开展巡河护河,进一步加强社区河道水资源保护,切实提升河道生态环境质量。

(12月13日本报8版)

良好的生态环境是南通的城市名片。因此,南通排水管网有限公司志愿者加入社区巡河小分队,弘扬志愿者服务精神,以行动推进家乡“河畅、水清、岸绿、景美”,值得大力点赞!生态环境需要大家共同维护,大家一起来做环保行动派,凝聚每个人的小善举,就会

换来社会文明的大进步。

要想有良好的生态环境,离不开环境保护工作,而要做好环保工作,仅靠环保部门是远远不够的,需要广大公众的热情参与。环境问题本质上是人与人的关系问题,在这一关系中,人有很强的能动性。人们只有在生产生活中尊重自然、顺应自然,按照自然规律和生态规则办事,才能把环境保护好;反之,就会污染环境破坏环境,把环境搞糟。

环保事业,本质上是“公众事业”,离开了公众参与,它将行之不远。随着经济社会的发展,公众环保意识空前高涨。如今,人们不

仅关心环境对个人的影响,也关注污染成因及治理对策,正成为推进环境治理的重要力量。令人欣慰的是,近年来越来越多的南通各界市民群众主动参与到环境保护志愿者服务中来,值得推崇。

进一步看,推动和引导公众参与环保事业,还需要加大环境保护知识的普及。采取各种形式,广泛进行宣传教育,大力开展环境保护的科普活动,让公众从思想上认识到——保护环境人人有责、人人有为。另外,环境保护的公众参与,需畅通参与渠道,让每个人为建设山清水秀的美丽南通出力。

“多件事一人办”打造为民服务升级版

□郝冬梅

“真的不敢相信,这么多证居然一天就办齐了!”江苏鑫佰威新材料科技有限公司项目推进联络员余凤英激动地说。上月底,海安高新区的钢化玻璃制品生产项目,顺利拿到用地规划许可等“五证”。这得益于海安审批服务提效——一件事一次办,多件事一人办。

(12月14日《南通日报》1版)

“一件事一次办”改革已经深入推进,而“多件事一人办”则是“一件事一次办”的升级版。

固然,“一件事一次办”

提升了审批效率,可是也需要知道的是,一个前来办事的群众,可能需要“办很多事”。而有了“多件事一人办”之后,不仅让办事的群众减少了“找多人办”的麻烦,还减少了办事窗口的工作量,降低了人力资源的浪费。

“多件事一人办”的前提条件则是将多件事的审批权融会贯通。其要义就在于:其一,打通了“部门壁垒”。不是“这个事情”他审批,“那个事情”我审批,而是综合办事,不同的审批事项,不同的办理诉求,都交给一个办事人员去办。其

二,节约了办事群众的时间。以往,办事群众如果有多件事需要办,他在办事大厅需要反反复复排队,在“这个窗口”办理完“一件事”,再到“那个窗口”去办理“另一件事”,浪费了宝贵的时间。

另外,“多件事一人办”还在一定程度上给首问负责制加了担子和压力。群众的“多件事”交给了窗口的“一个人”,他就需要帮助办事群众把“多件事”一次就办理结束,让以往的踢皮球现象不再出现——因为没有了踢皮球的空间,再也不能说“不属于我们办”了。



剩菜盲盒

近期,将打烊前尚未售出的食物以盲盒形式出售的“剩菜盲盒”在部分城市年轻人中流行起来。由于价格低廉、能满足消费者好奇心,且与反对食物浪费的理念相契合,“剩菜盲盒”吸引了不少消费者尝试。

(12月14日《工人日报》)

监管不能“盲”

□何勇海

盲盒的属性决定了其价格固定,商品不可观察、不可选择。有部分消费者在社交平台反映,“剩菜盲盒”存在菜品不合口味、口感不佳、剩余保质期过短、吃完后肠胃不适等问题。由此可见,剩菜可以“盲盒”,品质不能“盲”。店家一定要以诚信为本,坚决做到“没过期、很新鲜”之类承诺。若欺骗消费者,危害消费者的安全与健康,最终害的不止是消费者,还有商家自己。

剩菜可以“盲盒”,监管不能“盲”。今年前些月份,某快餐品牌曾跨界推出“盲盒套餐”,设定一些隐藏款玩具、赠品等,以提高餐品附加值,引发消费者疯狂抢购。甚至有消费者为求赠品,或找人“代吃”,或直接抛弃食品,造成食物浪费。专家为此直言,因食品安全风险较高,不建议对短保质期的食品设置盲盒形式,建议监管部门加大对“盲盒套餐”的监管力度。而剩菜的保质期更短,“剩菜盲盒”更需要加强监管。

警惕埋下安全隐患

□杨玉龙

正是基于价格低、反浪费以及拆盲盒的惊喜感,“剩菜盲盒”吸引了不少人购买。不过,也正如媒体所报道的,在不少人认为“剩菜盲盒”好处多多的同时,也有一些消费者反映所购买盲盒存在食品临期等问题。

上述可见,“剩菜盲盒”作为市场产物,虽满足了一些商家和消费者的需求,但其存在的问题,尤其是食品安全隐患却不能小觑。在“剩菜盲盒”尚有一定市场的当下,市场监管部门当引起重视,谨防政策空白期,给市场和消费者带来伤害。对于涉嫌违规的经营行为,更有必要强化监管执法力度。

此外,从消费者角度来看,面对“剩菜盲盒”也应该理智消费,按需购买,切勿贪多。毕竟,“入口”的东西更须牢记安全第一。当然,也有必要增强依法维权意识,当自身权益受到不法侵害时,要勇于第一时间通过法律途径维权。