

企业专注“墙内”的事情 政府来办“墙外”的事情

■ 李风发 媒体人

8月7日上午,“青年企业家创新发展国际峰会 2018”在济南开幕,山东省委书记刘家义出席开幕式并作主旨演讲。刘家义说,山东高质量发展的“天时地利人和”齐备,对每一位创业者、投资者来说,这是不可多得的“山东机会”。(8月7日澎湃新闻)

刘家义介绍称,山东正以最大的诚意,为创新创业者、投资者倾力营造高效的政务生态。全力推进“一次办好”改革,9月底前将实现“一次办好”全覆盖,3个工作日内完成新办企业开办手续,5个工作日内完成不动产登记,45个工作日内完成工程建设项目审批。山东将努力使任何一位投资者、创业者,无论在山东任何一个地方投资、创业,都能得到最大便利和支持。刘家义还承诺,企业家到山东投资兴业,当地政府和有关部门会组织专人专班靠上对接,帮助解决工作、学习、医养健康、子女入学入托等生活中遇到的问题。让企业专心专注“墙内”的事情,由政府来办“墙外”的事情。承诺将以更大力度引进、培养、造就优秀企业家,特别是青年企业家队伍,汇集起磅礴的青春力量,把企业

家的“动能”转化为高质量发展的强大“势能”。

在笔者看来,省委书记对企业家的承诺,正是新时期“亲”“清”政商关系常态化的体现。企业专心专注“墙内”的事情,就是要将自己企业分内的事情干好,谋划好企业的长远发展,多为国家作贡献。

柳传志说过一句话,企业家要干什么?有三点,定战略、搭班子、带队伍。这三点就是企业家分内的事情。作为一个企业家,首先要明白自己手头所拥有的资源,所掌控的资源有多少,这些资源包括人脉资源、技术资源、知识储备、物质资源,根据这些资源评估自己的能力,然后确定要干什么。

其次,企业家最核心的任务就是定战略,就是把你的业务边界划分清楚,能提供的产品和服务是什么?把战略定清楚之后,找到合适的人去做,企业家自己不要纠结于干具体的事。合适的人也就是团队选人,这个也很重要。第一,个人的基本价值观和对事物的基本看法同公司所主张的理念能不能够达成一致。第二,对专业和业务上的理解、悟性以及学习能力。

大多数成功的企业家认为,企业的成长

背后就是团队的力量。团队力量增加在于企业充分地挖掘了员工的潜能,每一个员工都有无穷尽的能量和智慧,关键看企业搭建了什么样的机制和文化。记住,以人为本,就是要企业的机制和模式要顺应人心、遵循人性。

为国家作贡献也是企业分内的事。当前,中美贸易战开打,我国经济下行压力依然较大,国民经济稳增长和供给侧结构性改革任务十分繁重。越是困难的时候,越需要广大企业家挺身而出,勇挑重担,做出更大贡献。要全面分析研判形势,准确把握其中的机遇与风险,坚定把企业做强做优做大的信心和决心。主动适应把握和引领经济发展新常态。同时还要勇于承担社会责任,坚持资源节约和环境保护,切实维护职工合法权益,积极投身社会公益事业,为社会和谐发展贡献力量。

至于政府来办“墙外”的事情,笔者的理解就是要求政府为企业做好一切服务。企业的健康发展离不开政府各个部门实实在在的服务。如果服务上打了折扣,只是搞形式却没有实质上的行动,企业的发展将会停滞不前。作为社会财富创造主体的企业不能很好地发展,将会影响社会经济发展的进程,那么财政

增收、改善民生等都将是一句空话。

服务企业,解决难题是根本。时下,更多的民营企业、中小微企业希望获得关注和支持。就当前企业发展中存在的融资难、企业管理文化知识等相对欠缺、进军新兴市场等遇到的共性和个性困难,职能部门要增强服务意识,提高服务水平,增强服务实效,把解决企业的实际问题和困难作为工作的出发点和落脚点,整合职能部门资源,切实为企业减负降压,真正为企业雪中送炭。把为企业服务作为自觉行动,变“要我服务”为“我要服务”。不能让企业上门求助,政府部门要主动起来,定期深入到企业中,了解企业在发展过程中面临的困难,帮助企业解决实际问题,做到发现问题立即进行解决。

政府要当好服务企业的“店小二”,要摆正心态,不能只做样子,只有真心实意、实事求是,帮忙才能取得实效;要注意方式,多尊重企业的意愿和实际情况,灵活机智地将服务企业的工作做得恰到好处;坚持重商亲商安商,更加尊重市场经营主体,更加尊重企业家和投资者,努力营造公开公正公平、透明高效法治的发展环境,建设诚信政府、诚信企业、诚信社会。

“流量不限量”被认定虚假广告 的积极意义

■ 魏文彪 编辑

8月2日,湖南省工商局对湖南电信、湖南移动、湖南联通进行行政约谈,认定三大运营商发布的“流量不限量”广告对消费者造成严重的消费误导,属于虚假广告,要求三大运营商必须立即停止发布“流量不限量”广告,扎实进行整改,严格遵守法律法规,切实维护消费者合法权益。(8月3日人民网)

随着智能手机的普及,手机用户对于流量的需求日益增长。在这种背景下,三大运营商为了促销,发布“流量不限量”广告,吸引消费者购买相关“流量不限量”产品。而实际情况却是,当“流量不限量”消费者的流量使用达到一定的量后,流量就会被降速,甚至使用的量也会遭到限制,既“限速”又“限量”。而运营商在“流量不限量”广告中,对此却不予明示,从而对消费者造成严重的误导。

中国电信相关负责人曾表示,网络容量是有限的,在满足用户正常流量需求的前提下,对超大流量用户采取限速,属于国际惯例。电信行业专家也指出,一个基站能支持的连接数有限,目前的移动通信网络能力还没办法支持不限流量。也就是说,“流量不限量”根本就属于不存在的东西。既然如此,三大运营商发布的“流量不限量”广告,纯属虚假广告。

而像湖南省工商局这样对湖南电信、湖南移动、湖南联通进行行政约谈,认定三大运营商发布的“流量不限量”广告属于虚假广告,要求三大运营商立即停止发布“流量不限量”广告,扎实进行整改,如此严格监管,不仅有利于维护电信消费领域消费者的权益,而且亦能对其他领域商家行为形成威慑,减少包括发布虚假广告在内各类违法违规经营行为出现,令各领域消费者的权益得到更为切实的维护。

然而,并不是所有地方的行业监管部门都能对商家尤其对央企经营行为严格监管,从而导致包括一些央企在内部分商家肆无忌惮地发布虚假广告,乃至实施消费欺诈行为,损害消费者的权益。人们期待各地各行业监管部门都能切实履责、积极作为,对发布虚假广告,实施消费欺诈的各类商家采取措施,进行约谈,依法惩处,以更为有效地遏制包括发布虚假广告在内各类违法违规经营行为出现,在更大程度上促进消费者权益保护。

审慎包容基因科技的健康之路

■ 海建 媒体人

湖南长沙一名孕妇在经无创产前筛查之后生下问题男婴,日前经媒体报道后,相关“无创产检”受到质疑。8月1日,华大集团对此回应称:“根据国家卫计委要求,我们所做的无创产前筛查针对的是三种染色体的数目增加,包括 T13、T18、T21 这三种染色体异常。而此次披露案例是 13 染色体的长臂片段缺失,并非华大基因无创 DNA 检测的范围。”(8月2日科技日报)

在“二孩时代”,技术对优生的影响不仅关乎一个家庭的幸福、更关联到一个社会的健康。正因如此,华大基因的无创产检在技术层面的争议才备受关注。就目前的情况来

看,可能有两个常识需要重申:一则,无创产检仅仅是筛查、而非诊断,DNA 检测在概率上的风险暂时无法规避;二则,基层医疗诊断部门在使用无创产检技术的时候,当理性告知而非神化宣传。

长沙孕妇事件无疑是一种遗憾和痛苦,但就事件本身以及事件影响而言,仍有是非对错之辩的空间。“13 染色体的长臂片段缺失”若果真不在华大基因无创 DNA 检测的范围,那么,这种误解就是个科普和知情的问题,而不能佐证技术检测对于胎儿健康风险的放任。事实上,如果单从技术考量,国家级的技术规范并未要求无创产前基因检测准确率達到 100%。比如卫计委 2016 年 11 月发布的《孕妇外周血胎儿游离 DNA 产前筛

查与诊断技术规范》指出,无创产前 DNA 检测对于 21 三体综合症的检出率不得低于 95%,而 21、18、13 等三种三体综合症的复合假阳性率不得高于 0.5%。

这例并非要为企业背书,而在健康中国战略语境下,靠科技帮助准妈妈们降低新生儿缺陷风险,当成为矢志不渝的追求。从这个意义上说,无创产检的“深圳模式”是为最好的例证:2017 年,深圳无创产前基因检测(NITP)人群覆盖度约为 70%,在全国所有城市中排在首位。截至 2017 年 12 月 31 日,华大基因累计为深圳市 31.3 万位孕妇提供无创产检服务。经过有效干预,2011-2017 年全市唐氏儿的活产率从 2011 年的 2.36‰ 下降到 2017 年的 0.84‰ 万。基因科技在大概率

上改变城市健康生态,这大概也是“科技改变生活”的滚滚大势。往前走还是向后退,不是个单纯的市场问题。

当然,眼下还难以定论长沙孕妇事件是否一次小概率事件衍生的悲剧。但是,有两点共识恐怕需要在疑云密布的舆论场厘清:第一,无创产检普及时间尚短,信息不对称现象短期难以纠偏。当下,无论是技术提供方还是医院,都当有更多耐心和责任,传递专业的关怀与善意。第二,纵使相关技术并非万能,也应鼓励基因科技对生命健康的改良之路。

一句话,即便就像网约车与移动支付会有这样那样“成长中的烦恼”,但是,我们始终都对人类文明的进阶之路审慎而包容一些。

看得到的低价票为何偏偏“够不着”?

■ 邓海建 媒体人

提前几个月预订机票,看到便宜的打折票却总是抢不到?明明是低价票,却只能加价才能预定成功?最近,不少消费者吐槽自己已去哪儿、携程等 OTA(在线旅行平台)平台抢购低价机票时似乎遭遇了“套路”。(8月8日北京青年报)

低价票,看得见却“够不着”,难免让人觉得这是虚晃一枪的伎俩。“订票 19 天,反复尝试提交订单近百次,眼看着机票从 7300 元涨到 11000 元!”最近的一则关于低价机票抢票屡屡失败的新闻,引起了不少人的共鸣。搜索的价格与支付的价格成了两层皮,那么,消费

者循价而订的操作又有什么意义?这还不是偶发的个例,据称,个别航线从平台报价到用户购买成功率甚至一度低于 20%。

低价航班总是“订单错误”,在附加广告的预定页面一次次刷新的时候,起码平台方难以洗脱“流量钓鱼”的嫌疑。当然,平台方的辩解也不是毫无道理:大部分的机票运价、舱位库存都是由航空公司委托给 GDS(全球分销系统)管理的,用户使用 OTA(在线旅行平台)机票搜索引擎时,看到的报价数据会经过至少两个传输步骤——航空公司上传 GDS 系统、再由 GDS 系统传输给 OTA。在这个流程里,显然有两个问题:第一,信息多次转手,迟滞效应是必然存在的;第二,刷

新数据需要付费,为了省钱只能使用缓存数据。如此一来,消费者以为“所见即所得”,最终成了一场美丽的误会。

真正的问题并不在于专业流程的滞后,而是作为终端销售的平台方,有没有尽到解释和告知的责任?你把低价实时传达给消费者,消费者以为看到的價格就是交易的邀约。结果浪费时间浪费心情,超低价票没买到,可能反而错失了相对便宜机票的购买机会。我国《网络交易管理办法》第十四条规定:“网络商品经营者、有关服务经营者提供的商品或者服务信息应当真实准确,不得作虚假宣传和虚假标识”。即便按照消费者权益保护法的基本原则来看,起码卖票的平台

应该把数据缓存的惯例做个清楚的说明,不至于让旅客傻乎乎地买不到票还一肚子气。知情权和自主选择权,不能总是空话一句。

看得到的低价票为何偏偏“够不着”?官方的答案是“机票变价”所致。不过,“机票变价”是个专业的说法,不是业内人,不解其中意。眼下,职能部门恐怕要督促平台方逆转这种信息不对称的误会,既保障消费者的基本权益,亦洗脱平台方的浑水摸鱼。特价票上的潜规则,这些年被起底的也不少。在全球旅游如火如荼的今天,在供需双方非对等博弈的时候,信息公开的环节就显得至关重要。公开透明是诚信原则的基础,电商的任何销售行为,都应该在此基础上方能行稳致远。

“鄂菜”改名“楚菜” 问过市场吗?

■ 肖玮 时评人

近日,湖北省政府办公厅发布《关于推动楚菜创新发展的意见》。文件明确提出,将湖北菜简称统一规范为“楚菜”,彻底终结了长期以来的“鄂菜”“楚菜”之争,还描绘了一个“很好吃”的未来——到 2025 年,打造万亿楚菜产业,将湖北建设成在国内外具有广泛影响力和良好美誉度的美食强省。(8月7日澎湃新闻网)

岳麓书院的大门上有八个大字,“惟楚有才、于斯为盛”。楚菜谐音楚才,听起来很霸气。就像文件里说的,“楚文化是荆楚大地的根,楚菜是楚文化的重要组成部分和载

体。”无论是听起来更拉风、还是念起来更上口,“楚菜”的这个江湖花名显然比“鄂菜”颜值更高、风情更甚。

自 2012 年《舌尖上的中国》出场,中华饮食文化成为现象级的产品,在“吃货当道”的今天,越来越多的地方开始从“吃文化”中悟出扬名立万之道、找到发家致富之路。湖北菜究竟叫什么菜,“楚菜”和“鄂菜”这两个小名有时还真真是叫人傻傻分不清。

有人站“鄂菜”一方——湖北自隋而来一直简称鄂,那就得遵从历史,湖北菜理所当然就得称为“鄂菜”。可据说也有人不同意,因为“鄂”字左上两个口,右边一个耳朵,

一只耳朵偏听偏信、两张嘴都吃了亏。再说,“鄂”与“恶”同音,好像也挺不符合中华传统文化之美德的。早在 2007 年,有烹饪大师提出“鄂菜”改“楚菜”的建议。2016 年,湖北烹饪酒店行业协会 6000 余家会员企业一致通过决议,于 2017 年全面开启“鄂菜”改“楚菜”的进程。他们表示,“楚”的历史远超“鄂”,从历史底蕴或是影响力,都更有利于湖北菜走向全国。

不过,叫什么菜名,这本来就是市场的事情,行业协会闹腾也就罢了,需要“市长”躬身过问吗?一来,在湖北之外的地区,可能“鄂菜”的名气比“楚菜”还要响亮,有必要放弃金字招牌而换成塑料的吗?二来,真要较

真起来,“楚”大概包括了湖北、湖南、江西等地区,一个地方菜霸占整个大区的名字,邻居答应不答应呢?此外,“湘菜”“赣菜”听起来也未必就比“鄂菜”要高端大气上档次。一道能为本省传播美誉度的菜肴,又何必非要人为地去附庸风雅呢?当然,如果消费者觉得改成“楚菜”更好,那就是另外一回事了。

美食恒久远,道道永流传。各地的菜肴其实也代表着当地的文化和风俗。行政管理需要做的,是尊重历史与现实、敬畏市场与规则,把味道传承好、把质量监督好。至于涂脂抹粉等工作,既不能做得太明显,也不宜操心太过了。

景点要“长红” 管理须跟上

■ 夏熊飞 媒体人

短视频软件上旅行类的内容备受推崇,一些名不见经传的景点摇身一变成了“网红”,游客纷至沓来,甚至心甘情愿地“排队两小时,打卡五分钟”。网红景点任性地火了一把,但不少景点都变了味儿。(8月6日《北京日报》)

借助短视频的火爆,不少名不见经传的景点摇身一变成了“网红”,这对景点而言,既节省了营销推广费用,又提升了游客流量,同时带动当地经济发展。

网红经济有个显著的特点:短时间集中爆发,来得快去得也快。这是由网红经济的本质就是注意力经济所决定的。

可这并不意味着网红景点只能等待被遗忘、被取代。成为网红是景点开始为人所知的第一步,也是关键一步。如果景区管理方能以此为契机,苦练内功,提升景区内涵,提高服务质量,让慕名而来的游客有上佳的体验,那游客就可能变成回头客,并通过口碑传播。如此,曾经的网红景点就实现了从“偶像派”到“实力派”的华丽转身。

一时的红,并非真正的红,唯有管理及时跟上,不断提升景点核心竞争力,让游客乘兴而来高兴而归,景点才可能实现真正的“长红”。

便民服务

QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行)

独家代理机构:四川博纳文化传播广告有限公司

成都斯坦姆健康咨询有限公司(统一社会信用代码:91510104MA6C8DMT5W)经股东会决议决定:四川一鸿工程勘测设计有限公司注册资本由人民币壹仟万元减少至叁佰万元。请各债权人自公告之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

四川鑫荣顺鞋材有限责任公司(统一社会信用代码:91510000098554609U)经股东会决议决定:四川鑫荣顺鞋材有限责任公司注册资本由人民币壹仟万元减少至伍拾万元。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。特此公告。

注销公告

四川省地方税务局直属税务分局 2013 年 7 月 24 日颁发的四川正达酒店管理有限公司税务登记证副本(川地税字 510105073966615 号)遗失作废。

注销公告

成都万合盈商贸有限公司(注册号:510105000478237)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都科瑞达工贸有限公司(统一社会信用代码:5101062901526)的税务登记证正本(社会信用代码识别号 4318617)、国税税务登记证正本遗失作废。

注销公告

成都市芯卫环保科技有限公司(统一社会信用代码:510198569693913 号)均遗失作废。

注销公告

四川省地方税务局直属税务分局 2013 年 7 月 24 日颁发的四川正达酒店管理有限公司税务登记证副本(川地税字 510105073966615 号)遗失作废。

注销公告

成都市宝鑫晟达货运代理有限公司(统一社会信用代码:91510105MA61RCCKX3)2008 版增值税普通发票(二联无金额限制版)15 份(发票代码:5100152320,发票号码:01935583-01935597)遗失作废。

注销公告

成都尚洪源商贸有限公司(注册号:510108000392005)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

四川省地方税务局直属税务分局 2013 年 7 月 24 日颁发的四川正达酒店管理有限公司税务登记证副本(川地税字 510105073966615 号)遗失作废。

注销公告

成都市宝鑫晟达货运代理有限公司(统一社会信用代码:91510105MA61RCCKX3)2008 版增值税普通发票(二联无金额限制版)15 份(发票代码:5100152320,发票号码:01935583-01935597)遗失作废。

注销公告

成都普久玥业有限公司(营业执照正本(统一社会信用代码:91510107MAA6CQ75SNX4)遗失作废。

注销公告

四川省祥昇建设工程有限公司(王中军三类人员《安全生产考核合格证书》证书号:川建安 B(2011)00011857,遗失声明

注销公告

成都云悦餐饮管理有限公司通用手工发票(仟元版)发票代码 251011552021 发票号码 02018726-02018750 遗失作废

注销公告

成都海鹭物流服务有限公司(注册号:510110000021130)经公司股东决定注销本公司,请债权人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务,特此公告。

注销公告

声明:成都谊兴出租汽车有限公司于 2018 年 9 月 30 日下线 10 台出租车。自编号为:07223—07232。