让发展受益让群众满意，才是最亮眼的政绩

本报评论员 韩韫超

社评 中国新闻名专栏

眼下，城市竞争已进入拼质量、拼效益阶段，多花心思在强壮筋骨、提升地方发展硬核实力、优化各项政策制度、打造优质营商环境等方面，才是硬道理。说到底，让发展真正受益，让群众真心满意，才是最亮眼的政绩。

一面是会展场馆长期闲置，有八成的空置率；一面是部分地区不断规划建设超大体量会展综合体，3年增长了400万平方米——据4月18日半月谈微信公众号报道，记者调研发现，在持续严控楼堂馆所建设的背景下，一些地方政府为追求政绩和面子，从兴建楼堂馆所转而加码建设会展场所，忽视产业基础和市场容量，导致资源浪费，加重运营负担。

会展场馆作为会展经济的载体，为会议、展览等活动提供基本场地和设施，其规模、技术水平和配套设施直接影响会展活动的质量。通常来说，会展场馆不仅能够通过收取展位费、门票等获得直接收益，而且能够带动周边交通、酒店、餐饮、旅游等产业的发展，对于繁荣商业生态、提升城市品牌等有一定作用。

较长时间以来，或是凭借自身基础设施、人口规模、消费能力、产业资源等优势，或是利用交通通达度和区域影响力等特点，一线城市和一些省会城市、节点城市会展经济发展得如火如荼，也涌现出一些产城融合的样本。然而，是不是所有地方都适合搞会展经济呢？

如报道所说，一些三、四线城市乃至县区也想进入会展市场“分蛋糕”，于是加码建设展会场馆，却未充分考虑地方资源承载力、产业基础、市场容量等实际因素。这么做的结果不难想见，参展商数量和层次上不去、促成的交易寥寥、场馆闲置，等等。这不仅是对财政资金的浪费，而且会给地方经济发展添堵，甚至会影响地方的形象和公信力。

忽视自身实际情况“大干快上”建会展场所，这种“打肿脸充胖子”本质上仍是一种形式主义，或者说新“面子工程”“政绩工程”——报道显示，一些地方在财政吃紧的情况下，仍在搞非必要、非急需项目，且形式隐蔽、名目巧立。别人搞啥咱搞啥、什么显眼建什么，这种畸形政绩观暴露出一些地方的政绩考核标准尚待进一步优化、地方项目建设缺乏科学论证、基础设施建设盲目跟风攀比等深层次问题，这当中不排除权力寻租、利益输送等腐败现象。

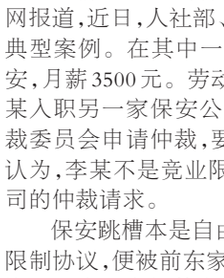
实际上，会展场馆只是“新形象工程”之一，现实中还有一些类似的情况需要被识别和治理。2024年，中央纪委国家监委发布的《关于坚决纠治部分地方基层搞“新形象工程”问题的工作提示》明确提出，要重点防范和纠治8类“新形象工程”——以“为人民谋福祉”为幌子，大肆建设“市民之家”“办事大厅”“群众文体馆”；以“城市发展”作掩护，盲目跟风引进看似“高大上”的文旅、论坛、数字化项目；只注重做“表面文章”，在党建、“创城”等领域设展厅、刷标语、做牌匾，等等。

尽管“马甲”不同，本质上仍是“以‘作秀’代替‘做事’，以‘造势’代替‘造福’，以‘短平快’代替‘长远实’”的“老毛病”，有严重脱离地方实际、加剧基层财政负担、严重损害群众利益等共同特点。

整治“新形象工程”，为其精准画像、提升其辨识度、认清其危害性是第一步，接下来还需从源头上进一步强化监管、完善政绩考核机制、引导树立正确的价值观、发展观等。

一个项目工程如果不能切实为地方发展和群众利益加分，便很可能沦为“显眼包”，暴露出地方治理的功利与跑偏。眼下，城市竞争已进入拼质量、拼效益阶段，多花心思在强壮筋骨、提升地方发展硬核实力、优化各项政策制度、打造优质营商环境等方面，才是硬道理。说到底，让发展真正受益，让群众真心满意，才是最亮眼的政绩。

保洁员在哪里休息，何以引发网友关注？



龚先生

近一个月以来，“保洁员休息室不该是厕所最后一格”的话题备受媒体和网友关注。

转身都难的角落，是他们歇脚、吃饭、更衣的空间。没时间休息、没地方休息、没有制度保障休息，都是“厕所最后一格”的困境。

被看到、被理解、被支持、被提升工作待遇，让保洁人员可以干干净净、安安心心地吃一餐饭，背后是人们对每一份辛勤付出的职业的接纳与尊重，他们的权益与待遇也将得到更多的改变可能。当更多被忽视的群体被看到、被善待，我们的社会文明也同时向前一步。

网友跟帖——

@晴天：保洁员缩在厕所角落休息，令人心痛。

@家和：给劳动者体面，是社会文明的一个标志。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

“15分钟响应”为城市信用建设按下快进键

王志高

据4月18日《工人日报》报道，河南洛阳在龙门古街、洛邑古城等文旅地标试点“消费投诉先行赔付”机制，承诺“15分钟内响应投诉”，对100元以内小额赔付力争1小时内完成，力求“纠纷不过夜”。

当部分景区仍深陷“天价大虾”“宰客摄影”的舆论泥潭时，洛阳的尝试显得尤为可贵。它直击消费维权两大痛点：一是游客因维权成本高而懒得计较，最终演变成对一座城市的负面评价；二是商家因违规代价低而心存侥幸，形成“宰一个算一个”的恶性循环。将纠纷解决时点前移，用管理方的保证金替代漫长的责任扯皮，本质上是以制度设计填补信用缺位。将景区约拍摄影师纳入统一管理、烤肉店主动申请加入“先行赔付”承诺店铺……唯有让失信行为即时付出代价，诚信才能真正成为竞争力。

这套机制的深层价值，在于重构了市场监督的“时间尺度”。传统消费维权中，监管部门往往扮演“事后灭火队”角色，而洛阳将处置时效压缩到了小时级。曾有社会学家指出，信任是对复杂性的简化。当游客无须研究《消费者权益保护法》的相关条款，只需记住“投诉15分钟响应，百元赔付1小时到账”的具体承诺，社会交易成本会大幅降低。这种“条件反射式”的信用保障，比任何宣传介绍的文字都更靠谱、更有说服力。

当然，先行赔付的可持续性，也考验着城市治理的精细度。赔付标准如何避免“按闹分配”？管理方追偿商家的程序是否公正？当试点逐渐扩大至全市，商家缴纳的保证金能否承受投诉量的激增？这些问题都有待认真考量和应对。此前，一些地方曾推行过旅游消费“先行赔付”，最终因资金压力而收缩规模。如何避免将“快速理赔”异化成“花钱买太平”，进而催生专业碰瓷群体，当是此类制度设计和执行的关键——唯有配套严格的商家准入、动态的信用评级、透明的资金监管，制度善意才不会被辜负。

从杭州“无理由退货”到洛阳“15分钟响应”，多地正在信用体系建设上展开新一轮竞速。这种竞争直指市场经济最底层的游戏规则：当一座城市能让人放心地打开钱包，流量自然会转化为“留量”。龙门石窟的佛像凝视了千年人间烟火，如今洛阳这份“说到做到”的诚意，与古迹一样打动人心。

图说

套 路

“线上私教一对一，月瘦10斤不反弹！”据近日《法治日报》报道，在社交平台上，标价数百元乃至上千元的云减脂课程风靡当下，不少商家已形成“人设包装—话术引流—连环收费”的标准化套路。一位消费者花1500元找的线上教练，未能给出任何专业建议。

套路似曾相识的“云减脂”，不过是线下减肥乱象的新变种。近来，与“体重管理年”行动相关的话题持续火爆，一些不法机构也想“分一杯羹”，这类机构通常先以低价揽客，然后设置层层套路，在服务过程中不断推销进阶课程和减肥产品，露馅后又躲在屏幕后隐身。体重管理事关全民健康，不能成为不法商家的“唐僧肉”。面对“云减脂”乱象，监管部门和平台方要及时出手惩治不法商家、关停相关网络账号。从长远看，加大健康科普力度、增加体重管理方面的公共服务供给则是必须。消费者则应擦亮眼睛，对“七天速成”“瘦身神器”“网红药物”保持警惕——商家口中的“捷径”，很可能是上当受骗的歧途。

李法明/图 陈曦/文

“阻拦高铁关门”被罚，如何让不逾矩成为肌肉记忆？

苑广阔

据4月20日极目新闻报道，近日一则“女子伸腿阻拦高铁关门”的视频引发关注。4月20日，广东深圳铁路公安处在其官方微博发布警情通报称，铁路公安机关经调查，4月18日13时许，D2404次列车在深圳北站3站台关门时，旅客吴某某（女，43岁）不听从工作人员劝阻，用身体阻挡车门关闭，其行为构成妨碍交通工具正常行驶违法行为，铁路公安机关已对吴某某处行政拘留处罚。

为等待同行人强行阻挠列车正常运营，最终被铁路警方依法行政拘留——这出闹剧看似是个体行为的失范，实则暴露出一些人对法律底线和公共秩序的践踏，以及对现代文明准则的漠视。

《铁路安全管理条例》明确禁止非法拦截列车、扰乱运输秩序。涉事乘客用身体阻碍车门关闭的行为，直接违反了《治安管理处罚法》中“妨碍交通工具正常行驶”的条款，而“情有可原”不该成为违法行为免于惩处的借口。近年来，从用行李箱阻挡高铁关门，到扒阻高铁关门导致手被夹住后遭拖行，类似事件屡见不鲜，但总有人心存侥幸。公安机关的拘留处罚彰显了法治刚性，宣示了在公共安全领域，个人任性必须让位于法律权威。

就公共秩序而言，这种行为是对集体利益的公然侵害。高铁运行以秒为单位计算，一人拦车可能导致整条线路调度紊乱。数据显示，京沪高铁每延误1分钟将影响后续7列列车运行。涉事列车虽未晚点，但工作人员被迫中断作业流程，已造成公共资源浪费。若人人效仿“拦车等人”，高铁的时效和安全等优势将无法保障。

从文明维度审视，此事折射出部分人仍未适应现代公共生活准则。乘客的规则意识是高铁高效运转的重要前提，该乘客的行为暴露出一些人将个人需求凌驾于公共安全之上、把公共交通工具当作可讨价还价的私人场所的思维定式，这种思维与以契约精神为核心的现代文明格格不入。网络舆论场中仍有“情急之下可以理解”的杂音，这种对不文明行为的宽容，实则是文明进步的绊脚石。

好在，此番事件发生后，铁路部门的快速响应、警方的依法处置、舆论的理性批判，形成了规则维护的合力。但治本之策还需多管齐下：一方面要加大普法力度，将《铁路安全管理条例》等法规纳入公共场所宣传；另一方面可借鉴民航“黑名单”制度，对严重违规者限制乘车。此外，还应培育起更多人的公共精神，让不逾矩成为肌肉记忆。

现代化不仅需要铁轨的延伸，更呼唤文明素养的提升。当每个乘客都对规则心存敬畏，对公共利益常怀责任，高铁这张名片才能真正闪耀文明之光。阻拦车门的腿已被法律“搬开”，阻拦文明进步的观念则需我们共同清除。

保安跳槽被索赔20万元？“滥用竞业限制”也该限制了

郭元鹏

月薪3500元的保安，跳槽要赔20万元违约金？据光明网报道，近日，人社部、最高法联合发布第四批劳动人事争议典型案例。在其中一起案例中，李某在某保安公司担任保安，月薪3500元。劳动合同到期终止后，某保安公司认为李某入职另一家保安公司担任保安违反竞业限制约定，向仲裁委员会申请仲裁，要求赔偿违约金20万元。仲裁委员会认为，李某不是竞业限制义务的适格主体，驳回了某保安公司的仲裁请求。

保安跳槽本是自由权利，然而由于其就业时签订了竞业限制协议，便被前东家索赔20万元，这显然构成了竞业限制滥用。类似案例其实并不少见，如前不久被曝光的“拍黄瓜的厨师被前公司索赔几十万元”事件。

近年来，媒体不时曝光类似案例，足见竞业限制被滥用现象已较为严重。竞业限制，本是一种保护企业商业秘密和维护市场竞争秩序的手段，不能成为限制员工正常流动的“卖身契”。根据《劳动合同法》相关规定，竞业限制的人员主要限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。而看门的保安、拍黄瓜的厨师显然不属于这一范畴。然而，现实中不少企业为了规避员工流动风险，滥用竞业限制条款，构成对劳动者权益的侵犯。

相关针对性治理迫在眉睫，而非让权益受损的劳动者一个人去战斗。企业应强化守法意识，如果竞业协议不符合法律相关规定，即使迫使员工签订也难有法律效力；劳动监察部门不妨将竞业协议纳入监察执法范畴，尽快扭转这种不良风气；典型案例的普法作用也应得到进一步发挥，让竞业限制的范围、地域、期限等法律规定更加深入人心，从而从劳动者认识层面、社会监督层面进一步压缩竞业限制滥用的空间。

一句话，竞业限制不可被滥用，“滥用就业限制”也该限制了！

媒体声音

◇盖牢“责任井盖”才能护卫脚下安全

近日，安徽淮南谢家集区人民法院调解结案一起因行人跌入排水井受伤而引发的责任纠纷，管理部门一次性赔偿1.8万元。

《北京青年报》评论说，绝大多数窨井伤人或吃人事故都与管理主体的疏忽或履行安全保障义务不到位有直接因果关系。每一口窨井都是检验城市治理水平的显微镜，不能总等司法之手在窨井伤人事故发生后给窨井盖上责任井盖。在事前和事中给每一口窨井盖牢“责任井盖”，才能守护好群众“脚底下的安全”，提升城市精细化管理水平。

◇马拉松有流量，更要“冲”增量

近期，全国多地开启“马拉松模式”。仅4月20日，全国共举行43场马拉松比赛，规模合计超过41万人次，成为官网记录中举行马拉松比赛数量最多的一天。

《北京晚报》评论说，一场场马拉松，对接井喷的全民健身需求，也让地方文旅流量步入“加速道”。马拉松赛道上释放的是选手活力，也是城市实力。越是马拉松热，越不能急功近利。马拉松赛事有终点，城市文旅消费、地方经济发展没有终点；举办一次马拉松不难，难的是城市拥有足够的耐力，让马拉松效应长久不衰。

◇“野游”被追偿，公共资源不能无限为冒险兜底

近日，一名游客未购票从安徽黄山景区外围“野游”入山，并无视提示牌进入未开发开放区域，后因迷路报警求助。警方对其救助后，依法进行了行政处罚。

“光明论”微信公众号评论说，从传统认知看，公共救助似乎应当具有公益性、无偿性。人们在受困时进行求助，有天然的合理性。不过近些年随着野游、猎奇变得越发频繁，公共资源已经不可能无限制兜底了——人们不能因为有救援存在，而刻意去放纵危险。公共资源是有限的，资源应该用在刀刃上，但对于并非主观故意的情形，还是应当尽力施救，去展现文明社会应有的温度。（嘉湖 整理）

旅行社的“拒客黑名单”暴露“心虚病”

李英锋

据4月18日中国新闻网报道，近日有网友注意到，一家旅行社的一个旅游项目对报名旅客的身份有诸多限制，其中不收记者、律师、旅游行业和珠宝玉石从业者的规则引发热议。记者检索发现，多家旅行社都明文要求不收记者和律师等行业人员。

一些旅行社的“拒客黑名单”，看似是“自主选择”，实则暴露了“心虚病”——某些旅行社在服务中存有猫腻，害怕被懂行或善于维权的人“挑刺”。律师懂法，记者会写，旅游从业者熟悉套路，珠宝玉石从业者则了解内幕，这些群体的共同特点是具备专业知识和维权能力，更易识破消费陷阱并采取维权行动。旅行社将他们拒之门外，恰恰说明其服务存在不诚信、不透明、不公平甚至违法侵权嫌疑，本质上是心虚的表现。

旅行社对消费者设置职业门槛，是赤裸裸的消费歧视。《消费者权益保护法》规定：经营者与消费者进行交易，应遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则；消费者享有公平交易的权利；经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利等对消费者不公平、不合理的规定。一些旅行社公然将律师、记者等群体拒之门外，是一种违法的差别对待，侵犯了消费者的公平交易权。

这种看人下菜碟行为背后，是低价团、购物团等长期存在的行业乱象。许多低价旅游项目通过压缩成本吸引游客，再通过安排购物环节赚取回扣来找补。《旅游法》明确规定旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动，诱骗旅游者，并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。一些旅行社一边声称“不强制购物”，一边又对可能戳穿其套路的群体严防死守。这种“避险”逻辑表明，旅行社明知自己的经营行为经不起推敲，却不想着改进服务，反而试图通过排除潜在监督者来掩盖问题。这种“堵嘴式”避险伎俩，折射出一些旅游企业的短视与侥幸，不仅会损害消费者权益，还会破坏旅游环境和营商环境，妨碍旅游业健康发展。

要拆掉旅行社的拒客门槛，需要多方共同发力——市场监管、文旅等部门主动介入调查，通过约谈、责改、查处、曝光等措施，倒逼旅游经营者规范经营，提升服务质量；同时可建立红黄牌制度，对屡教不改的旅行社进行重点监管；旅游行业协会需制定更严格的行业规则，明确禁止任何形式的消费歧视，向“拒客黑名单”说“不”；消费者被拒后也应积极维权，在保留相关证据的前提下向监管部门或消协投诉举报，向旅游经营者传导监督压力。

一个健康的行业不应拒绝监督，而应欢迎监督。旅行社拒收律师、记者等，看似是“规避风险”，实则是自曝其短，暴露了其病态经营模式、心中有鬼。只有将服务质量和游客体验放在首位，真正依法诚信经营、规范服务，才能赢得消费者的长久信任，助力行业发展行稳致远。