

●优化营商环境新看点⑨

浙江浦江提供兜底服务,积极破解“办事找人”“办事不方便”等问题,不少企业表示——

“办不成事”反映窗口真能办成事

本报讯(记者邹偶然 通讯员徐晓霞)“企业办事过程中如果发现哪项业务‘不好办’‘不能办’‘办不了’,可以转到我们‘办不成事’反映窗口办理。”近日,浙江省金华市浦江行政服务中心新设立的浦江“办不成事”反映窗口工作人员向前来办事的企业宣讲,暖心担当的做法赢得企业点赞。不少企业表示,“办不成事”反映窗口真能办成事。

“办不成事”反映窗口是浦江优化营商环境“十大行动”之一。今年,浦江县委深入实施优化营商环境“一号改革工程”,全面开展“营商环境提升年”活动,推出了优化营商环境“十大行动”,解决企业发展的堵点、难点、痛

点问题,加快实现企业突围发展。

据介绍,该县在行政服务中心设立“办不成事”反映窗口,建立“受理—研判—转办—反馈”闭环工作机制,受理解决企业遇到的“不好办”“不能办”“办不了”的问题。每月梳理专窗受理的事项,对涉及“办不成事”业务最多的部门进行黄牌警告,两次以上给予红牌警告,直至“办不成事”事项办结为止。

“办不成事”反映窗口的设置,旨在通过提供兜底服务,积极破解企业群众“办事找人”“办事不方便”等突出问题。对反馈的问题,采用分级响应模式具体分析、分类受理,能当场解决的诉求马上解决,让群众即办即

走;涉及多部门、流程复杂的诉求,建立联动机制,由县政管办协调跨部门、跨层级、跨区域解决,确保群众提出的诉求事事有回音、件件有落实。”浦江行政服务中心有关负责人说,“办不成事”反映窗口自正式对外收件以来,满意率达100%。

此外,针对优化政务环境,“十大行动”还提出推行规划审批的“极简极速办”,组建项目规划审批服务专班,通过靠前服务、告知承诺、部门联审等措施,极简简化流程、压缩时限,解决企业项目审批烦、落地慢问题。同时,推出市场准入壁垒清除行动,征集“浦江门槛”问题线索,集中清理擅自增设限制性条件、变相提

高登记门槛的事项,实行“非禁即入”。

在聚焦难题化解、不断提升企业满意度方面,“十大行动”提出开展“大排查、大攻坚”企业难题集中攻坚月活动,落实“一难题一领导,一难题一方案”解决机制,集中化解一批时间跨度长、涉及部门多、企业反映强烈的历史遗留难题。

浦江行政服务中心有关负责人介绍说,该县还推出企业合规护航行动,选择10家以上重点领域重点企业开展合规工作,督促涉案企业补漏洞,引导企业主动合规,以减轻或免除处罚,做到“办理一起案件、扶助一家企业、规范一个行业”。



温州永嘉“水上高架路”建成通车

近日,由中交一公局二公司承建的温州市永嘉县瓯北镇阳光大道二期及防洪堤建设工程正式建成通车,该路段的建成对完善区域路网和提升防洪能力有着重要意义。

据悉,建设期间,项目团队攻克了交通导致难、施工组织复杂等难题,采用“水上高架+路基段”相结合的方式,使防洪堤坝与阳光大道形成路堤合一的一体工程,兼具城市交通和防洪功能,打造了一条美丽的“水上高架路”。

本报通讯员 冯清芮 摄

小麦收获忙

5月23日,在河南南阳唐河县,农民在收获小麦。

近日,河南省小麦主产区南阳市小麦进入成熟期,当地农业部门抢抓农时,组织收割机开展夏收作业,收割小麦。

新华社发(孙树宝摄)



“花马”品牌效应助力文旅消费

本报讯(记者蒋嵩)5月21日,第七届“花绘北京·悦跑大兴”半程马拉松赛(简称北京“花马”)在北京大兴区燃情开跑,吸引6000名跑友穿梭于月季小镇魏善庄的林间花海。21公里花马赛道,所过皆是繁花盛景,入眼尽是绿海田园。

据了解,魏善庄镇以月季花为载体,持续放大北京“花马”品牌效应,构建绿色板块和生态廊道,深入挖掘整合本地区文旅、农旅特色资源,打造“游、赏、悦、享”为一体的文旅活动,通过赛事活动形成“百姓增收、产业转型、经济发展”的良性循环。

北京朝阳区茶文化消费指数报告发布

本报讯(记者赖志凯)近日发布的北京市朝阳区茶文化消费指数报告显示,望京、高碑店、国贸等10地组成朝阳区茶文化消费活力指数“十强”,传统茶馆及创新茶饮门店数量均位居全市首位。

据悉,朝阳区不断推动“茶+”文化的发展,提升茶文化消费品质,增强茶文化消费活力,引领茶文化消费升级,打造“茶香之城”。朝阳区现有传统茶馆700余家,占全市2397家总量的30%,位居各区之首。

而在新茶饮上,朝阳已成为全市创新茶饮品类最全的区域。区域内现有创新茶饮门店约400家,占全市总数的40%左右。

“三举措”助力高校毕业生就业

本报讯 为引导高校毕业生树立正确择业就业观,建好贵阳人才“蓄水池”,连日来,贵阳综保区陆续推出“送岗位、送政策、送服务”进校园活动,助力高校毕业生就业。

在送岗位方面,贵阳综保区组织开展“送岗位进校园”活动,带领园区祥源科技、贵州金石科技等“高尖特”重点企业,参加“筑人才、强省会”贵州大学2023年度校园招聘暨2023年华为ICT人才联盟双选会,切实将“人才服务进校园送岗位”落到实处。

贵阳综保区还举行“送政策、促就业”活动,邀请专业就业导师去高校开展就业专题讲座,就当前国家层面、区域层面及省市人才政策进行讲解,并以客观真实事例帮助毕业生们正确认识就业与创业等就业元素及其重要性,为他们就业创业提供帮助。(龚丛林)

广西柳州与山东淄博联动,探索“网红”变“长红”之路

两座靠美食出圈的工业老城相互取经

本报讯(记者庞慧敏 通讯员蒋少莹)“有谁能拒绝一碗螺蛳粉+一顿小烧烤呢”“烤螺CP强势出圈,以后吃螺蛳粉记得配烤串!”近日,两座靠美食出圈的工业老城——广西柳州与山东淄博联动,探索“网红”变“长红”之路,让不少网友感到格外兴奋。

淄博和柳州同为工业城市,在以美食闻名全国后,吸引了全国各地游客慕名前来“打卡”,这两座有着多处相似的城市互相产生了好奇。

5月15日,淄博市市长赵庆文率淄博市政府考察团来到广西柳州,实地考察柳州螺蛳粉产业发展情况,柳州市市长张壮陪同考察。

“柳州螺蛳粉实体店和生产型企业是什么关系?”“淄博是如何推进城市柔性管理的?”……在当天的座谈会上,双方共议淄博烧烤与柳州螺蛳粉产业发展话题,并围绕特色产业、文旅融合、城市管理等进行深

入交流。

赵庆文对柳州螺蛳粉产业发展取得的成绩表示赞赏,希望可以借鉴柳州螺蛳粉产业从“网红”变“长红”的经验,深化两地交流合作,共同推动两座城市高质量发展。

张壮对淄博市政府考察团来柳表示欢迎:“我们欢迎淄博烧烤进军柳州,柳州螺蛳粉到淄博也请给予支持。”张壮表示,希望双方以烧烤、螺蛳粉为媒,全方位加强交流合作,让“网红”变“长红”,并在产业互融互通、优势互补上共同发力,在城市环境治理上多交流合作,共同把两座城市建设好、发展好。

事实上,这次两座城市的联动有迹可循。今年以来,淄博与柳州作为“网红”城市,吸引了无数游客。除了共同以特色食品为卖点外,两座城市主要利用网络来进行网红城市的打造和整体形象的推广模式,也有一定的共同之处。

当螺蛳粉、烧烤成为工业城市的“流量密码”,充满人情味的服务才是“留住流量”的关键。据了解,淄博专门制定烧烤地图、开通烧烤高铁专列,并在公共厕所里配备湿厕纸、卫生巾、肠炎宁等“安心篮”。柳州也开通嗦粉、夜宵美食等公交专线,途经各螺蛳粉“网红店”、各大夜市。

“虽然现在淄博烧烤很火,但是从工业生产以及下一步对城市经济的支撑来说,淄博可以好好学习柳州把网红资源转化为产业的能力。把网红产品转化成为一种工业化产品,在提升城市形象和软实力的同时,助推经济发展。”广西社会科学院社会学研究所所长姚华表示。

“柳州也可以向淄博学习对于城市形象的营造,推出热点话题。”姚华说,今年以来,关于淄博烧烤的话题不断被推出,形成话题热度以后,群众对这个城市就会有持续的关注,可以更好地提升城市形象和软实力。

稳增长政策持续显效

一季度个体工商户活力显著回升

本报讯(记者杨召奎)记者日前从国家市场监督管理总局获悉,今年以来,随着疫情防控较快平稳转段,生产生活秩序全面恢复,稳增长政策持续显效,以个体工商户为代表的百姓生活的“烟火气”迅速回归,焕发出强大的生机活力。今年一季度,全国新设个体工商户503万户,同比增长14.3%,远超疫情前同期水平(2019年一季度324.3万户)。截至一季度末,全国登记在册个体工商户1.16亿户,占经营主体总量的三分之二,成为改善民生、促进就业、增强经济韧性的重要支撑。

与此同时,受疫情影响较大行业明显回暖。一季度,文化、体育和娱乐业,交通运输、仓储和邮政业,住宿和餐饮业,批发和零售业等行业新设个体工商户分别为7.5万户、18.8万户、67.9万户、265.1万户,同比分别增长39%、25.1%、19.8%、10.4%。“新个体经济”活力显现。近年来,随着新技术、新产业、新业态、新模式的蓬勃发展,网络直播、微商电商等“新个体经济”不断涌现,为我国经济转型升级注入了新的活力。截至一季度末,全国登记在册“四新”经济个体工商户3515.4万户,总量占比由2019年的24.9%持续提升至30.2%。

“个体工商户规模小、经营灵活,疫情后快速恢复生机活力,为方便人民群众生活、畅通经济微循环发挥了重要作用。”市场监管总局有关负责人表示,下一步,将采取有效措施促进个体工商户高质量发展,实施分型分类精准帮扶,加大“个转企”探索力度,鼓励、支持、引导个体工商户持续健康发展。

前4个月快递业务量完成371亿件

同比增长17%

本报讯(记者甘哲)国家邮政局日前公布的数据显示,1月~4月,邮政行业寄递业务量累计完成468亿件,同比增长13.7%。其中,快递业务量累计完成371亿件,同比增长17%。4月,邮政行业寄递业务量完成126.4亿件,同比增长30.5%。其中,快递业务量完成102.1亿件,同比增长36.4%。

1月~4月,同城快递业务量累计完成38.7亿件,同比增长0.7%;异地快递业务量累计完成323.7亿件,同比增长18.5%;国际/港澳台快递业务量累计完成8.6亿件,同比增长54.1%。

1月~4月,邮政行业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)累计完成4732.1亿元,同比增长12.1%。其中,快递业务收入累计完成3514.4亿元,同比增长12.2%。

1月~4月,东、中、西部地区快递业务量比重分别为76%、16.2%和7.8%,业务收入比重分别为76.3%、14.1%和9.6%。与去年同期相比,东部地区快递业务量比重下降1.3个百分点,快递业务收入比重下降1.2个百分点;中部地区快递业务量比重上升1个百分点,快递业务收入比重上升0.9个百分点;西部地区快递业务量和快递业务收入比重均上升0.3个百分点。

持续做好呼伦湖、乌梁素海、岱海治理工作

内蒙古“一湖两海”水质指标总体向好

本报讯(记者李玉波)记者日前从内蒙古自治区水利厅了解到,2022年,内蒙古持续做好呼伦湖、乌梁素海、岱海(以下简称“一湖两海”)治理工作,“一湖两海”水质指标总体向好。

近年来,内蒙古全力推进“一湖两海”综合治理工作,把做好“一湖两海”生态环境保护治理作为重要政治任务,从“治湖泊”转向“治流域”。

内蒙古把呼伦湖保护治理作为筑牢我国北方重要生态安全屏障的“头号工程”,编制《呼伦湖流域生态与环境综合治理实施方案》(“十四五”期间呼伦湖流域生态环境保护治理实施方案),实施《内蒙古自治区呼伦湖国家级自然保护区条例》,并深入实施生态移民、禁牧休牧和草畜平衡。在乌梁素海,内蒙古在持续推进乌梁素海流域山水林田湖草沙一体化保护修复的基础上,开展点源、面源、内源综合治理,推动农牧业转型发展,制定乌梁素海综合治理的实施意见和配套办法。在岱海,实施了农业节水、工业节水、河道疏浚、生态补水、生态恢复、水质恢复等措施,推动岱海水生态治理,并将岱海水生态综合治理思路由“一湖”治理转向流域治理。

截至2022年底,呼伦湖除化学需氧量、氟化物外,其他主要水质指标均达到或优于地表水Ⅴ类标准。乌梁素海湖区断面水质稳定在Ⅳ类。岱海除化学需氧量、氟化物、高锰酸盐外,其他主要水质指标均达到或优于地表水Ⅴ类标准。

演出市场活跃不能让“黄牛”们狂欢

G 经济观察

本报记者 杨召奎

近段时间,演出市场异常活跃,多位知名歌手官宣演唱会行程,令歌迷激动不已。但不少人发现,在抢票环节,一些演唱会门票基本都是“秒光”,这又让他们有点沮丧。

这边,很多消费者“连票的影儿都没看到”;那边,不少“黄牛”却在朋友圈嚷嚷“有票!有票!”但前提是“得加价”。

这些“黄牛”真的没有票吗?不一定,因为其中有“假黄牛”!所以,消费者一定要擦亮眼睛,当心被一些手里没票或者卖假票的“假黄牛”骗了钱。当然,不少“黄牛”手里确实有票。那么,他们的票是从哪儿来的呢?

在票务平台技术升级的情况下,一些“黄牛”进行“人肉”抢票。他们凭借积累多年的刷票经验、对票务平台的熟悉程度、操作的熟练性和较快的网速,用自己的身份证或者借用家人、朋友的身份证来抢票。然后,利用一些票务平台“可进行一次转赠”的空子,转卖赚取差价。有的“黄牛”会接“代抢”的生意,抢到后让消费者支付酬劳。

还有一些“黄牛”选择做“中间人”,通过撮合抢到票的消费者与想要票的消费者交易,然后从中赚取差价。

还有一部分是拿内部票加价卖,这是“黄牛”票的主要来源。因为演唱会的主办方会把一部分门票放到票务平台售卖,还会预留一部分作为赠票、工作票、防涨票,这些票称为内部票。由于内部票基本上都是纸质票,无法做到实名制,很有可能经过层层转手落到“黄牛”手里,然后“黄牛”再加价卖出去。有的主办方甚

至和“黄牛”合作,牟取不当利益。

由于资源不同、渠道不同,不同的“黄牛”拿到票的“成本”也不一样,再加上座位位置不同价格也有差异,所以“黄牛票”的价格也不一样。有的让消费者加价几百元,有的加价几千元。

“黄牛”的存在扰乱了票务市场秩序,也增加了很多消费者看演唱会的成本,损害消费者权益,不利于演出市场的健康发展。当前,演出市场逐渐回暖,但回暖的演出市场不能让“黄牛”们搅黄。

今年4月,文化和旅游部发布的《关于进一步加强演出市场管理规范演出市场秩序的通知》(以下简称《通知》)明确,面向市场公开销售的营业性演出门票数量,不得低于核准观众数量的70%。

对此,有业内人士指出,此次《通知》说明,在此前很长一段时间里,很多演出的公开销售

率低于70%。政策出台之后关键看怎样执行,而且即便严格执行政策,有70%的门票公开售卖,仍然会有“黄牛”牟利的空间。

在此背景下,要降低“黄牛”给演出市场带来负面影响,可以采取以下措施:一是采取电子票+实名制+不可转赠+限时退票”方式,让“黄牛”无法转卖;二是相关部门要加大监管力度,提升执法效率,充分利用监督抽查、媒体监督、群众举报等方法,及时发现并依法治理“黄牛”倒卖内部票乱象;三是增加供给,通过采取压缩审批时间等多种措施,适当增加演出场次。

日前,上海消保委表示,希望演出票务管理系能够更加完善合理,销售渠道更加公开透明,促进消费公平,恢复正常的票务市场秩序。同时,建议相关部门能够给予重视,保护消费者合法权益,促进演出市场良性健康发展。