

## 观点

## 一线来风

熊靖

眼下,在一些地方和单位,一项工作干完了,还要再干一遍。忙着写总结。原本几百字就能交代清楚的情况,被拉长成几千字、几十页,总结越写越长,越写越细,成了基层新负担。总结确实该消消肿了。

总结到底肿在哪儿?有门类肿。年终、季度、月度总结,中期、阶段、专题总结层层叠加,事事留痕,处处总结。有内容肿。套话连篇、表述雷同,水分明显偏多。有程序肿。一个总结在层级之间来回体检,谁看一遍都要添几笔,结果越改越厚。更有甚者,不同地区、不同部门情况千差万别,要的总结却列出一样的清单,使用相同的模板,千人千面的实践,被写成千篇一律的材料。

肿的背后,有心态,也有导向。一

## 该为总结 消消肿

为总结 消消肿 表面上是少写几页纸,实质上是为基层减负、为实干腾位。总结瘦身,材料才更有含金量,问题才能更集中暴露,经验才更便于复制推广。

些干部写总结,不是想着把问题讲透彻、经验提炼好,而是想着写得越多越保险,生怕哪一条没写将来被追责,于是凡事都要往里装。还有的热衷把总结做成展览册,亮点层层往上堆,短板却一个不愿揭。本应是工作体检表,结果成了政绩画报集。更深层的,是评价机制在推波助澜:只要考核还在以厚论优、以多论功,基层就只能用材料来自保。习近平总书记强调,要坚决反对形式主义、官僚主义。总结肿起来,恰恰是这类问题的一种变形表现。

总结不消肿,危害并不轻。首先,它挤占了基层大量时间精力。一些

同志白天跑现场、抓落实,晚上挑灯赶材料,在干工作和写工作之间疲于奔命。其次,它助长了形式主义。好总结被简单等同于厚材料、漂亮辞藻,心思更多放在怎么写得好看,而不是怎么把问题说清、怎么把工作做好。再次,它容易误导决策和用人。实际工作中有主次轻重,领导需要看到的是重点难点、关键环节,但篇幅肿胀的总结会掩盖矛盾的轻重缓急,使上級难以把握真实情况。

为总结 消肿,关键要回到初心、回到常识。要纠偏功能定位,总结不是成績拾遗,而是情况汇报和问题清

单。要把篇幅用在讲清做了什么、还有什么没做好上。能合并的合并,能用三五页说清的就不写成几十页。不同地区、不同部门的工作重点本不相同,就不宜用同一模板一刀切,要鼓励突出主体责任、体现本地本单位特点。考核评价中,要淡化材料分量,强化实绩分量,不给以文充政,以厚充优,留空间。要引导干部用一页纸、几个要点,一串数据,把复杂情况讲明白,把主要问题说透,形成说短话、说实话、说管用的话的习惯。

为总结 消肿 表面上是少写几页纸,实质上是为基层减负、为实干腾位。总结瘦身,材料才更有含金量,问题才能更集中暴露,经验才更便于复制推广。让总结回到该有的体量,让每一份文字都对改进工作、提升治理有真用处,这样的瘦身,值得从现在做起,从每一份总结做起。

本报评论员 逯海涛

据潮新闻报道,近日有网友发现,主打批发的杭州四季青新九天女装大厦,推出了9天无理由退货的秋冬零售季活动,专门吸引零售消费者。

主打批发的女装市场,主动放下身段做起零售生意,并且还推出力度超越线上购物的9天无理由退货,这让不少消费者喜出望外。虽然线下购物消费退货率并不高,但还是让大家感受到了商家的一分诚意。购物体验感肯定能噌噌涨起来。当然,这一活动只属于秋冬消费季的季节限定,并非长期活动。

无独有偶,近日浙江省冬季文旅消费季正式启动,以冬趣潮玩、浙里嗨游为主题,助力降低游客出游成本,活动推出近500项惠民政策,预计发放超4600万元文旅消费券。在温州永嘉,多项特色文旅资源融入全省十大冬季游场景。宁波文旅、来宁波,有票就GO了。浙BA城市文旅营销活动持续升温。这些措施,打造出了多元化消费场景,将有力拉动市场消费。

扩内需、促消费,打造新消费场景非常重要。但是,老场景怎么办?就拿大型服装批发市场来说,更多面对的是二级、三级经销商,散户确实不是主要客户群。搞活消费,扩大内需,老场景不能置身事外,无所作为。事实上,不少消费者确实有去服装批发市场扫货的需求,这里款式新、更新快、爆款多、价格优,无奈在走量上不占优势,只能望洋兴叹。要不然,为何每到年底换季,去捡漏的散客都要挤破头?那么这种闹猛的场面能不能延续到平时,或者在淡季能不能隔三岔五给普通消费者打开一个扫货窗口?这家服装批发市场此时推出这一举措,确实动了一些脑筋。

老场景焕发新活力,不仅仅是批发市场,近日发布的2025年度浙江省文旅创新创优案例文旅促消费专篇中,湖州的携宠旅游也是一个很好的案例。

湖州的民宿早就名声在外,但是近年来也面临不少地方的同质化竞争压力。民宿该如何吸引新客群?湖州瞄准了宠物经济这条赛道,创新发展携宠旅游,在政策端出台促进发展举措,推动携宠旅游行业标准化,不断完善宠物友好型旅游全链条生态。目前,湖州已建成55家宠物友好型景区和200余家宠物友好酒店及民宿,上半年接待全域游客和过夜游客增速均列全省第3位。

中央经济工作会议部署了明年经济工作的八大重点任务,扩内需被列在首位。让消费更加有活力,让消费者更加敢花钱、愿花钱,一方面要开拓新的消费赛道,另一方面也要让老场景不断焕新。年终的脚步临近,新一轮消费热潮已经开启。新有新的引力和活力,老有老的优势和情怀。我们不妨多在产品、服务、业态等多个维度进行创新,为消费者提供更好的消费体验,为扩大内需添一把旺火。

## 扩内需,「老场景」要激发新体验

## 她的盲杖是手机 我们的盲区是人心



辛美蝶

据《钱江晚报》12月15日报道,湖南长沙一位73岁的失明老人在街头求助时,因使用手机、选择女性路人带路,被拍下视频传至网络,顷刻间卷入人贩子的猜疑漩涡。直到老人一级视力残疾证据曝光,真相才艰难浮出水面。她使用手机,依靠的是读屏软件,她求助女性,或许出于本能的安全感或习惯。

一场本可避免的伤害,就这样在流量与偏见的夹击下,刺向了一个最需要社会善意托底的老人。

这件事刺痛人心的,远不止于一个个体的委屈。它展现了当下社会信任生

态中一些令人忧心的裂痕:当防人之心不可无,被无限放大,直至压倒了恻隐之心人应有,我们的社会是否正在从互助滑向互害的猜疑链?当技术赋能残障人士融入世界,公众认知却仍停留在盲人怎能用手机的陈旧想象里,这种滞后本身,何尝不是一种更顽固的残疾?

真正的安全感和善良的社会,从来不是建立在人人可疑的荒漠之上。对于残障人士,我们需要的不是俯视的怜悯或怀疑的打量,而是平视的尊重。尊重他们借助科技生活的权利,尊重他们与社会正常交往的努力。

科技给了老人一根数字盲杖,而某些人的偏见与暴力,却试图夺走她行走在人群的勇气。重建信任,或许就此打破这种认知的盲区开始。下一次,当我们在街头遇到类似情景,能否先停下举起手机拍摄的手,上前轻声问一句:您好,需要帮忙吗?

(作者系浙江万里学院学生)



## 无堂食黑厨

据人民日报报道,无堂食外卖是指专营外卖的食品经营场所,不设堂食区域。一些无堂食外卖借虚假宣传包装成高评分店铺,隐身逼仄居民楼内无证经营,将隔夜食材重新加工上市。这些小作坊藏在隐秘角落,成了消费者看不见的网下黑。须加强监管和治理。

王铎 作

## 从 第一高楼 眺望多中心发展格局

本报评论员 高路

据杭州发布消息,日前,杭州西站枢纽南区金手指综合体项目迎来重要节点,项目最高楼A塔楼混凝土结构顺利封顶。这是一建筑楼高320米,暂列杭州第一高楼。不过,它第一高的地位将很快被同一板块的金钥匙项目所取代,后者设计高度399.8米。第一高楼西移,并出现在城西科创大走廊一带,引发了关于城市发展重心的讨论。

客观地说,高楼多少并不足以代表城市活力,也不等同于发展水平。杭州向来对高楼不过度追求,320米的高度在全国同类城市中甚至在省内也不占优势。武汉、重庆、南京这些同等量级城市,都不乏400米以上的超高楼。所以,对

于第一高楼,没必要过度解读。

但现代化楼宇的数量、高度确实是衡量区域经济活力一个重要的参考指标。因为楼宇经济是城市经济高质量发展的重要载体,通常反映了土地集约利用程度、产业集群效应以及经济发展的密度,其变迁史对我们观察城市的发展脉络有重要的参考意义。

从产业和人口聚集程度说,城西科创大走廊已集聚(准)独角兽企业144家,占全市比重超过35%,国家级高新技术企业突破4000家,占比超25%。产业与人口的聚集必然带来土地集约利用程度的提升。从功能定位上说,城西科创中心已经被列入主城区范围,并被列为杭州三处全球功能城市中心之一,与武

林湖滨、钱江两岸并列。杭州第一高楼出现在城市西部并不让人意外。

从西湖时代到钱塘江时代,再到如今的三大中心齐头并进,多核是杭州城市发展必然结果。多核意味着多动力,更有后劲,也更有韧性。杭州是浙江省省会、东部地区重要的中心城市、国家历史文化名城、国际性综合交通枢纽城市,也是全国数字经济创新中心和区域性科技创新高地、先进制造业基地。多核为城市承接这些功能,实现高质量内涵式发展赢得了空间。去年获国务院批复的《杭州市国土空间总体规划(2021-2035年)》明确要求,杭州要构建一主六辅三城、三江两岸八带的多中心、网络化、组团式、集约型国土空间格局。着眼于未来,杭州必须为

进一步发展打好基础。

省委城市工作会议提出,要加快转向创新驱动,坚持以创新浙江建设为引领,做深做透两篇文章,让创新成为城市的鲜明标识和核心动能。可以说,金手指所代表的城西科创中心的崛起,是应时而生、应运而生,体现出杭州加快转向创新驱动,不断增强城市发展内生动力,培育发展新动能上的发展战略。这将在不同区域创造多个强有力中心的做法,有助于打破摊大饼式发展惯性,构建更均衡、更有韧性、更可持续的城市空间结构。

从这个角度说,第一高楼在哪里并不重要,不代表此长彼消,更不存在谁取代谁的问题。每个中心都有其功能定位,大家共谋发展、共同进步才是正道。

遗产管理人,在现实操作中,往往由于相关制度空白而难以妥善处理,钱在,但不能用,人想帮,但无权帮。法律的初衷是保护财产安全,此时却在某种意义上削弱了对逝者尊严的保障。

这背后,是公共治理理念亟须更新的现实。破解独居者身后事的麻烦,首先要在制度层面补上空白。比如,建立独居者生前意愿登记制度,允许个人在健康时合法表达丧葬意愿、财产用途、遗体捐献等安排,由民政或公证机构备案执行。这样,当生命终止时,管理部门就有章可循,不必陷入法律模糊地带。此外,应完善遗产善后使用标准,明确何种支出属于合理范围。民政部门不能仅扮演管理者的角色,还应成为一种社会代理人,在尊重法律程序的前提下,以人文关怀的视角参与个体的生死安排。

据悉,上海虹口区已开始研究临时监护与身后事务操作指引,这是一个积极信号。如果这样的探索能形成全国层面的制度共识,也许未来再遇到类似的个案,就能少一分尴尬,多一分从容。

算法、设备与数据资源构建,港区智能识别网、数据融合链、人才共育,依托党员创新工作室,开展导师带徒、技术授课600余场次,培养青年骨干超百人;成果共推,建立试点,迭代推广路径,将单个场景突破转化为可复制的标准化方案。

以小切口赋能大场景,浙江省海港集团已逐步构建起了覆盖港口生产全流程的智能体系,为行业提供了可复制、可推广的智能化转型路径,也彰显了浙江海港在智慧港口建设中的硬核实力。未来,浙江省海港集团将持续深化党建与科创融合,推动科技创新与生产需求同频共振,以高能级科创平台为纽带链接港航创新资源,加快发展港口新质生产力,全力开辟智慧港口跃升新通道,为加快建设世界一流强港注入新动能。

## 浙江海港:以高能级科创平台联建驱动智慧港口跃升

·资讯·

史国军 诸葛煦荣

集卡过闸从3分钟缩短至不到1分钟,智能理货单箱作业时间缩短至70秒。在宁波舟山港,这组亮眼数据的背后,是浙江省海港集团旗下宁波港信息通信有限公司浪起创新工作室、乘方青年突击队的攻坚成果。

这支平均年龄仅31岁的团队,聚焦传统码头作业中人工核对效率低、识别准确率不足等痛点,组建跨领域攻关小组,将人工智能多模态数据融合技术应用于港前智能闸口、港中智能龙门吊、港后理货及全流程安防场景,构建起智能识别一张网、数据融

合一条链、生产运营一盘棋的全流程体系。

他们的成功,正是浙江省海港集团以党建联建驱动创新要素的典型缩影。去年3月,浙江省海港集团旗下高能级科创平台成立。在此基础上,集团旗下信通公司、易港通、智港通、四港公司、浙江拍船网等8家平台成员单位于去年年底携手组建高能级科创平台创新工作室联盟,推动科技创新从单点突破向生态协同转变。

紧扣双一流建设目标,以红色引擎激活科创动能。浙江省海港集团党委通过组织联建、资源共享、难题共解,在平台内部推行项目揭

榜挂帅机制,鼓励成员单位跨领域组建攻坚团队。今年以来,易港通与智港通联合开发上线宁波舟山港智能客服系统,实现港口领域7×24小时全时全域智能响应,推动港口客户服务进入AI驱动新阶段;信通公司与外理公司联合推进智能理货3.0系统研发项目,首次具备对箱体残损、铅封和危货有无等集装箱关键信息要素的精准感知能力,有效提升理货员操作体验感。

截至目前,高能级科创平台各方共计立项攻坚项目9个,形成专利34项、软件著作权69项,制定国家标准1项,成员单位成功获评省科技型中小企业等荣誉,并在年度交通运输网络安全大赛、年度航运界十大科技创新应用奖、年度交通与物流领域创新典型案例等评比中均有所斩获,扎实推动创新关键变量转化为高质量发展的最大增量。

集团党委积极发挥红色引擎作用,与华为、中科院、湖南大学、武汉理工大学等外部一流机构开展联建共建,把外部智力资源引入港口场景。例如,与华为联合攻关5G+龙门吊远程控制技术,实现1人远程操控多台设备;与武汉理工大学合作研发多模态数据融合算法,应用于智能闸口、智能理货等场景,关键指标箱号识别准确率提升至98%

以上。

创新的关键在于人才。据了解,集团科创平台依托党员创新工作室、品牌,建成覆盖算法研发、设备运维、客户服务等领域的工作室10余家,其中85%由党员业务骨干领衔,通过导师带徒、技术沙龙、揭榜攻坚等机制,加速青年人才成长,形成老带新、传帮带的人才梯队,为世界一流强港建设提供强支撑。

通过这一系列的创新实践,集团党委逐步凝练形成“四共”工作法,组织共联,通过联席会议制度,统筹轮值单位、职能部门与共建方,形成问题场景,关键指标箱号识别准确率提升至98%任务闭环,资源共享,整合高校、企业的

## 一张饭卡“出圈”,萧山“萧遥购”打造民生消费新生态

储昭君

下班刚点单,人还没进家门,山姆超市的瑞士卷和生鲜已先一步送达。家住杭州市萧山区北干街道的国企职工王女士,划开手机里的“萧遥购”订单,展示着家庭日常采购清单。在萧山,萧山环投集团发放的食堂饭卡早已脱胎换骨,从食堂专属的饭票,变身成为通兑全球好物的数字钱包。

这一改变,成于今年11月“萧遥购”新系统的全面升级。作为萧山环投集团下属环境设备公司倾力打造的区级数字商贸平台,“萧遥购”以数字化

之力打开消费新空间,串联实际供需、创新消费工具、打通服务渠道,探索出一条国企进军新零售、推动三产融合的转型路径。

让区域消费数据颗粒归仓,是地方发展的必答题。对于多数企事业单位而言,传统工会福利众口难调,不少职工饭卡余额长期闲置,未能转化为实际消费力。而萧山经济的内生动力与潜藏的发展势能,催生出旺盛的线上消费需求。

如何让沉睡的福利金转化为职工触手可及的品质生活,让消费活力留在本地?“萧遥购”给出的答案是:不止做平台,更要建生态。

设备公司负责人介绍,“萧遥购”平台将食品类、日化类等日常需求,与高溫慰问、助农帮扶等专项需求聚沙成塔,形成多元消费矩阵。

消费在本地,品质对标国际。自今年3月试运营以来,“萧遥购”积极拓展朋友圈,接入京东、天猫、山姆、盒马、叮咚买菜等头部资源,汇聚超200万个SKU,让职工在家门口即可享受全球一流供应链服务。目前,平台已服务萧山环投集团各子公司及行政事业单位、教育机构等40余家单位,覆盖16个核心商品品类。

以商带产的三产融合布局,也正在加速落地中。未来,在设备公司规划



萧遥购平台亮相萧山区全民健康日线下市集

图片由杭州萧山环境设备有限公司提供