

评论员观察

# 回望春运四十年，改革列车再向前

何鼎鼎

40天的春运，近30亿人次的出行，“人类历史上最大规模的周期性人口迁徙”已经开始。从1亿人到30亿人，从绿皮车到复兴号，从松松垮垮的蛇皮袋到硬朗优质的行李箱，改革开放以来，40节“时光车厢”整齐地连缀在一起，人们既看到了春运的速度与深度之变，更看到了中国前行的车轮，如何一次次作别历史的站台。

从容出行，这件曾经的奢侈品，正成为普通人的日用品。历史的长镜头，其实不用往前推40年，就能捕捉到今夕变化。就在2009年，日本NHK电视台拍过一部名为《返乡潮：2009年春节广州站纪实》的纪录片。彼时，国内首条高铁京津城际刚通车不久，在绝大多数地方，春运仍是车票、座位、行李架“争夺战”的代名词；而2016年，当BBC拍了纪录片《归乡》，中国高铁运营里程超2.2万公里，占全球高铁运营里程的65%，中国人的便捷出行，已经开始成为令全世界羡慕的名片。转身，只在几年之间。

40年来，春运已经成为流动中国的最好刻画，也成为了做好民生工程的检验场。人们对春运的观感，累积着改革的获得感

家还是那个家，回乡之路却早已不是同一条。千里故乡能一日往返，背后是改革的一日千里。为破解“人在囧途”聚焦运力改革，车辆提速、路网加密，各大铁路局完成公司化改革，新一轮民航运价改革启动，曾经“如何回家”的问号被一个个拉直。80%的春运车票由互联网售出，为买票在风中凌乱成了历史记忆；高铁、飞机能避免WiFi，生活与旅途的衔接变得更加平滑；甚至外卖都能准时送到车厢，“火车之王”泡面的江湖地位受到严重挑战；随身大包小包的人少了，物流的发展让更多人轻装上阵……出行软硬件的一同提升，正源于供给侧对于需求侧的高度关注，它真切地让中国人感受到了奔忙中热乎的体面。这就是人民对美好生活的向往，也是改革一直牢牢锚定的目标。

追根溯源，40年来，“春运的车轮”与“改革的列车”一直同行。没有改革开放，中国大地上不会平白无故冒出那么多机会；没有城乡之间的闸门大开，就不会有亿人流转逐梦。反过来，作为春运主力军的劳动者，也的确构成了40年改革开放的生力军。可以笃定地说，那些年为梦想甘于挤车厢、爬车窗的中国人，就是这个世界上当之无愧的最勤最苦最人。他们善于闻讯弄潮，因此最直接受益于改革开放，他们从来吃苦耐劳，又反过来助推着改革开放，他们用辗转不息的活力，敲开了东南西北各方的大门，极大地增添了40年中国奇迹的成色。

也正是在这个意义上，春运从来不是一件小事。40年来，春运已经成为流动中国的最好刻画，也成为了做好民生工程的

检验场。人们对春运的观感，累积着改革的获得感。一个顺利回城的座位，不仅意味着舒适，也体现着机会的风向标和所在城市的包容；一趟能载着打工者回家的高铁，不仅意味着便捷，更意味着曾经单向输出人力资源的通道，也将反过来输入更多发展的资源。而就像前几天某快递公司包机送快递小哥回家，当这些风里雨里为中国速度添砖加瓦的人，能在一个团圆时刻，被关怀致敬，就是最好的改革获得感。

回乡之路，连着改革之路。让中国人更自由便捷地流动起来，必将助推新的改革。1992年，有位记者在广州火车站拍下这样一幅场景：因车站承载力严重不足，一半旅客不得不被安排在站前广场露天候车，但即便如此，如潮的人群仿佛等着更大的机会，等着改革的再出发。前些天，雄安也迎来了第一个春运，“候车大厅座无虚席”，只不过站台已更为从容。不一样的春运，同样用脚步丈量着国家的进步。在变与不变的春运中，中国在继续出发。

声音



李乐成

脱贫攻坚是一把尺子，检验的是我们对“四个意识”的尊崇，对中央决策部署的态度，对人民群众的感情。坚决防止低标准脱贫、突击式脱贫，更不能搞数字脱贫、虚假脱贫

脱贫攻坚进入关键之年，如同登山，攀之愈高，行之愈难。在没有退路的攻坚之战中，必须“刀刃向内”，切实解决干部的作风、感情、能力问题，以念兹在兹的为民情怀、久久为功的作风韧劲、精细精准的绣花功夫，确保年度脱贫目标任务圆满完成。

攻坚，要先攻作风之坚。作风关系人心向背、事业成败。2017年以来，通过“作风建设年”活动，我们切实整改贫困户识别不精准、扶贫帮扶措施不精准等问题，取得了很好成效。但是，仍然有不少干部工作“水过鸭背”，当甩手掌柜“端着架子”，只会动动嘴，不愿走下去；当袖手旁观“扎着膀子”，只想敷衍了事，不愿担起油干；当拼团游客“过下场子”，仅仅到此一游、蜻蜓点水。2018年，全市必须以“落实年”为契机，一锤接着一锤敲、一环紧着一环拧，用严明纪律推动作风转变。要严肃考评推动作风转变，把脱贫效果与评先表模、干部任用挂钩起来，谁下了苦功、做了细活、干了实事，就旗帜鲜明地表彰重用，干不好的不评先不启用。要严厉问责推动作风转变，运用明察暗访、大数据比对等手段，切实解决精准扶贫工作中存在的形式主义、官僚主义问题，坚决防止低标准脱贫、突击式脱贫，更不能搞数字脱贫、虚假脱贫。

## 脱贫攻坚也须『刀刃向内』

人民时评

# 假期补习如何真正降温

商 盼

浇灭“影子教育”的虚火，需要阻断家长焦虑的“剧场效应”，还必须依靠进一步推进教育改革

寒假到了，各类校外培训机构又开始火了。有报告显示，在北京、上海、广州等一线城市，参加课外辅导的中小学生，占到在校生总数的70%左右。课外要补课、放假不放松，已经成为当下很多家庭在孩子教育上的选择。

在庞大需求的推动下，中小学课外辅导行业已是一个体量巨大的市场，有人将其称为“影子教育”市场。根据中国教育学会2016年底发布的调查报告，当年中小学辅导教育行业市场规模超过8000亿元，参加学生规模超过1.37亿人次。而在另一份调查报告里，在为补习“埋单”的家庭中，一半以上的花费为2000—10000元，更有13.7%的家庭每年花费达2万元以上。有家长表示，为孩子找校外补习，花钱又费力，实际上是在为自己的焦虑买单。

“影子教育”在满足学生家长多样化、个性化教育需求上，确实发挥了一定的正向作用。然而，“影子教育”生产的“牛蛙”不仅对其他孩子造成了压力，还影响到正规学校的教学进度。笔者同事就曾遭遇这样的无奈：孩子刚上小学没几天，班上老师就来电，“赶快给你家孩子报个英语辅导班吧，否则跟不上进度！”原来班上大多数学生已被课外辅导喂得半饱，老师不得不调整教学进度、适当增加难度。这并非个案，面对同一班级不同学业水平的学生，已有不少学校开始尝试“走班”等方式开展分层教学，提高授课的针对性和精准度。

应该看到，“影子教育”的产生，与优质教育资源的供需不平衡有关，也与以成绩和考试为指挥棒的应试教育相关。但父母或许也可以有更合理的“教育观”，教育并非一种简单的投资，并不仅仅是为了

获得与投入等值甚至超值的经济社会地位。如果家长过分执着于教育的“收益率”，对孩子的品德涵养、心理健康、生活体验自然会有所分心，家庭应承担的人格与美育教育将被功利教育污染。

有学者把教育的价值分为本质价值和工具价值。前者关注人的发展和培养，后者强调教育的选拔和甄别。主流的学校教育应注重学生的全面发展，尽量防止考试竞争变成决定一切的“指挥棒”。而“影子教育”的风生水起，家长孩子的趋之若鹜，似有喧宾夺主之势，会反过来让一些中小学用更高质量的考试训练，强化选拔教育的工具价值，助长唯分数论的不良教风和学风。

再往深层次看，“影子教育”的虚火，也人为加剧了教育的不平衡。“影子教育”的市场化逻辑，势必将收入水平不高的家庭挡在门外。近些年，在各级政府的不断努力下，城乡、校际义务教育的差距正在逐步缩小。而愈演愈烈的“影子教育”，却促使更多教育资源向大中城市和经济能力较强家庭的学生聚集，造成了新的教育不公，也削弱了政府在推进教育公平上的成效。

浇灭“影子教育”的虚火，需要阻断家长焦虑的“剧场效应”。所谓“剧场效应”，即看戏时前排起立，后排就会被迫起立。而要防止这样的连锁反应，归根结底责任还在学校这个教育主体上。我们的教育部门和学校必须加快教育改革的进程，使得教育“剧场”中不只是一块屏幕，将思想品德、学业水平、艺术素养和社会实践能力纳入综合素质评价，让教育真正回归到育人育德的本质属性上。



事难办

办事大厅设置4个业务窗口，却只开两个；还没到办公结束时间，却告知已经停止服务；自助办事设备缺乏维护，成了“花架子”……随着简政放权深入推进，政府服务更快捷了、群众办事更方便了，但在部分地方和单位，仍存在“门好进、脸好看、事难办”的现象。

这正是：窗口服务笑脸迎，办事浑然不走心。简政本该到实处，初心莫忘为人民。

曹 一图 杨立新文

一线视角·啃下扶贫硬骨头⑤

# 也给扶贫干部送些“温暖”

徐元锋

村看村，户看户，群众看干部。贫困村有村组党员干部，有大学生村官，还有第一书记、驻村工作队员，都和贫困户“抬头不见低头见”。这些处在“最前线”的扶贫干部，精神状态和干劲怎么样，直接关系到打赢脱贫攻坚战的大局。

我们常常说，人是生产力中最活跃的因素。调动群众积极性以强化脱贫内动力，调动干部积极性以强化扶贫动力，调动社会积极性以强化扶贫合力，脱贫攻坚便获得了攻坚克难、克难前行的磅礴力量。这其中，扶贫干部穿针引线、夯基垒台的作用尤为关键。如何纾解“贫困户内生动力不足”的老大难问题，如何避免“扶贫给富人锦上添花”的失之于偏问题，如何确保每个贫困户都有切实可行的致富门道，如

何对接社会扶贫力量，让资金资源发挥最大效益，凡此种种，无不都需要“最前线”的扶贫干部拿出担当、扛住压力、干出实效。

脱贫攻坚进入攻城拔寨、啃硬骨头的关键阶段，广大扶贫干部尤其是身处一线的扶贫党员干部做了大量艰苦细致的工作，有的积劳成疾，有的甚至流血牺牲，他们的贡献值得褒奖肯定。许多驻村的第一书记和工作队员，都是各单位派出的精兵强将，“抛家舍业”奔波在穷乡僻壤，生活上、思想上都有不少困难。比如各种考核填表汇报超过实际需要，占用大量精力；又如“光让马儿跑不给马儿吃草”，工作辛苦、压力大却看不到“奔头”；再如形象被恶意抹黑，甚至成了群众的“出气筒”和问题的“背锅侠”。如果贫困户身边党员干部

的心是凉的，又怎能把群众的心捂热？

不可否认，扶贫干部中确实存在少数“杂草”，或挪用或截留扶贫资金，“能沾的光尽量沾”“不让自己吃亏”；也有些是“假花”，人到心不到，出工不出力，“走读式扶贫”“打蘸水扶贫”。但抛开局部看整体，绝不能因为个别“杂草”“假花”的负面影响而抹煞吃苦耐劳的干部的功劳。不激浊无以扬清。十九届中央纪委二次全会上提出，要推动全面从严治党向基层延伸，严厉整治发生在群众身边的腐败问题。随着治理扶贫领域腐败和作风问题的开展，“拍蝇捉鼠”的凌厉行动定可以涤荡扶贫领域的政治生态。

有人把扶贫干部比作“新时代最可爱的人”，对扶贫干部的辛劳多一些肯定和

鼓励，扶贫干部必会报以更干事动力。应当建立更为切合实际的激励机制和关怀政策，让一线扶贫干部干活有劲头、干好有奔头。比如，严格落实驻村工作队员食宿补助等保障性政策，对艰苦边远地区驻村的干部，工作期间可享受该补贴。组工部门应当深入扶贫一线考察使用干部，给苦干实干、业绩卓著者更多上升空间。

记者在采访中发现，许多基层经验都具有推广价值。比如云南文山麻栗坡县，用“四心”换来驻村扶贫干部安心：政策保障上“用心”，为驻村工作队员购买人身意外伤害保险；制度保障上“贴心”，节假日尽可能保证队员正常休息；典型宣传上“尽心”，大张旗鼓表扬突出的工作队和工作人员；培养选拔上“精心”，真正把脱贫一线变成干部的“大熔炉”。

有道是，率军者披坚执锐，执政者必战不旋踵。调动好扶贫干部的积极性，扶贫政策才能更好落到实处，脱贫攻坚才能获得最可靠的保障，贫困群众的获得感才能更多地显现出来。

(作者为本报云南分社记者)

脱贫，要先脱感情之贫。脱贫攻坚是一把尺子，检验的是我们对“四个意识”的尊崇，对中央决策部署的态度，对人民群众的感情。以人民为中心不是一个用来喊喊的口号，必须转化为矢志不渝的真挚情怀。只要我们是以一种由衷而深沉的感情在为群众办实事，群众一定会看在眼里、记在心里，也一定会拥戴、支持我们的工作。全市广大党员干部特别是扶贫工作队队员，一定要“心入”群众，做到感情上贴近、思想上尊重、心里面装着，真正把群众当亲人、当家人，把扶贫的事当成自己的事。一定要“身入”群众，多到田间地头、多看房前屋后，面对面了解情况，一对一把脉问诊，确保扶贫措施让群众知晓、扶贫过程让群众参与、扶贫效果让群众满意。一定要融入群众，坚持从群众中来、到群众中去，说群众听得懂的话，干群众乐于干的事，把工作做到群众的心坎上。

解困，要先解能力之困。“幸福都是奋斗出来的”。实现精准脱贫，党委政府首先要有关心帮扶的能力。广大扶贫干部要扑下身子摸实情，扎下根来找“药方”，弯下腰去“挖穷根”，真正成为带领群众脱贫致富的领头雁、领路人。2017年以来，我们聚焦阻断贫困代际传递和因病致贫恶性循环，为15.4万贫困群众购买商业医疗保险、为3万贫困家庭学生实行再补助，得到了群众的真心点赞。下一步必须更加用足绣花功夫，杜绝懒汉思维、简单哲学，因材施教、因地制宜，切实统筹好“群众家业”与“集体产业”发展，走出符合当地实际的特色发展路子。其次要做到“授人以渔”。鸡蛋从外打破是食物，从内打破就是生命。要把扶贫和扶志、扶智、扶技结合起来，打造“永不撤退”的工作队，走好“造血式”“开发式”扶贫的路子，激发贫困群众破茧成蝶的内生动力。

——湖北省委常委、襄阳市委书记李乐成日前在全市扶贫攻坚2018“春季行动”座谈会上说

(本报记者 禹伟良 田豆整理)

# 共塑我们的旅游文明

支振锋

春节假期，不少人选择外出旅游。国家旅游局数据中心调查显示，2018年春节假日期间，全国假日国内旅游市场将达3.85亿人次，同比增长12%。在工作节奏快、压力大、竞争激烈的现代社会，人们期待在旅游中见识文明的互动，体验不同的生活，唤醒沉睡的另一个自己。友善与宽容，是我们在旅游中最美的表情，也应是作为异乡人，带给当地最美的礼物。

“莫笑农家腊酒浑，丰年留客足鸡豚。”热情好客，诚以待人，让远方的客人更好地留下来，是我们这个民族的传统。然而并不是所有的人，都能够“有朋自远方来，不亦乐乎”。在一些旅游景点，有些人欺诈骗、掺杂使假、坐地涨价，甚至强迫消费，使当地的旅游形象受损。一些地方出现过的天价海鲜、黄金大虾、骂人导游等事件，都是旅游市场的不和谐因子。国家不断出台法律法规，各地也纷纷出台相应政策，规范旅游市场，提高从业者素质，提高游客的旅游体验，都可以看做是迈向旅游文明的努力。

旅游市场中的不文明行为，并不仅仅体现在商家、导游或旅行社等旅游从业者身上，也同样体现在游客身上。无论是破坏文物古迹、损害当地自然生态，还是日常旅行中乱扔垃圾、随地吐痰，甚至污言秽语，游客自身的不文明甚至违法犯罪行为，也同样有损旅游市场的生态，降低了出游的体验。出境游中，一些游客不遵当地管理规定和风俗文化，违反当地法律，以及“过度维权”等现象时有发生，给自身带来非常不利的后果，也破坏了国家形象。旅行中不仅有诗和远方，也可能会有意外与冲突。面对冲突，理性和文明不仅能够体现游客和从业者双方的个人素质，还能保护自己免受伤害，应该成为旅游文明的底色。

在旅游中，无论是游客还是旅游从业者，双方在人格和法律地位上都是平等的。“顾客至上”对旅游从业者的服务提出了更高的要求，但这并不意味着顾客的任何要求都是合理的。以文明和法律为尺度，同样也是对旅游从业者的要求。如果旅游从业者没有达到法律所要求的服务标准，不仅可能受到法律的处罚，还可能受到市场机制的处罚，面临顾客减少的可能，进而被市场淘汰。不论是游客还是旅游从业者，都应该是文明有礼、遵纪守法的公民。遇到纠纷，不能通过过度维权、侮辱乃至极端手段解决，而应该诉诸理性的沟通和法律的手段。

数据显示，2017年我国国内旅游人数50.01亿人次，比上年同期增长12.8%；出境旅游总人数2.7亿人次，同比增长3.7%；全年实现旅游总收入5.40万亿元。旅游直接就业2825万人，旅游直接和间接就业7990万人，占全国就业总人口的10.28%。这么庞大的旅游市场，这么庞大的从业人数与游客规模，难免发生摩擦与冲突，关键在于本着文明的底线和法律的界限，予以合理解决。游客是消费者，更应是守法公民。希望每一位游客，都能让文明和理性成为自己最美的名片。

(作者为中国社会科学院法学研究所研究员)