

评论员观察

作风建设“软钉子”为何难拔

李拯

要求农户自筹资金新建或翻新院墙，搞形象工程让贫困户不堪重负；为应付检查，驻村工作队挂名走访，工作队员拍照片留痕迹……最近，扶贫攻坚中的一些不良典型案例，暴露出形式主义和官僚主义的老问题。

针对难以根治、死灰复燃的形式主义、官僚主义问题，中央纪委办公厅日前印发工作意见，全面启动集中整治。改作风走到今天，享乐主义和奢靡之风在很大程度上得到遏制，但是形式主义和官僚主义却不断衍生出“新变种”，成为隐蔽性极强的“软钉子”。一说落实工作，就表态多调门高、行动少落实差；一说联系群众，就到基层寒暄一番表扬而去；一说调查研究，就按照“经典调研线路”走马观花……口头上“落实”，实践中“落空”，形式主义和官僚主义就会成为拦在作风改进之路上的拦路虎。

形式主义和官僚主义由来已久，缘何屡禁不绝甚至不断产生“适应性变化”？一个重要原因就是，它们往往会披上“正确的

心态上的官僚主义，导致了行动上的形式主义，只有把形式主义和官僚主义作为一个整体集中整治，才能拔除“软钉子”，获得正本清源的效果

外衣”，把表态和行动割裂开来，有着一定的隐蔽性。常常是说起来滔滔不绝，看起来热热闹闹，做起来却虚晃一枪、掠影浮光，甚至纹丝不动、依然故我。比如，口头上支持实体经济发展却不解决实际问题，让一些企业到处碰壁；表面上支持深化改革却没有实际行动，让一些地方的改革陷入空转境地。这也说明，形式主义和官僚主义的最大危害，还不仅是装腔作势、有名无实，更在于它让一切工作变味走样，最后实事泡汤，好事办砸，埋单的必然是党群关系，受阻的必然是改革发展步伐。

往深层看，官僚主义与形式主义常常如影随形，而且互为因果、相互加强。这也是这两枚“软钉子”难以拔除的原因。那种

只唯领导、不管群众的为官心态，那种只顾表面、不顾实效的价值排序，背离了工作的初衷，消解了政策措施的执行和效果，把表面工作变成一种免责工具、当做一种考核绩效，背后是一种“官僚主义导致的形式主义”。一言以蔽之，心态上的官僚主义，导致了行动上的形式主义，只有把形式主义和官僚主义作为一个整体集中整治，才能获得正本清源的效果。

这次中央纪委发布集中整治形式主义、官僚主义的工作意见，不仅目标明确，具有强烈的问题意识和现实针对性，而且针对形式主义和官僚主义的特点，给出了对症下药的解决方案。一方面，要抓住“关键少数”，承担主体责任。很多时候，

问题在下面，源头在上面，作风养成历来是上行下效。如果作为“关键少数”的领导干部不图浮名、不务虚功，那些“调研秀”“扶贫秀”怎会一再上演，那些乱铺摊子、大造“盆景”的项目怎会开工上马？另一方面，要实现协同联动，形成治理合力。把集中整治工作与正在开展的专项治理扶贫领域腐败和作风问题工作、污染防治和环保问责工作、民生领域相关工作、扫黑除恶专项斗争等重要专项工作相结合，就能找到现实的落点，让形式主义和官僚主义无处可藏。

“为政贵在行”“以实则治，以文则不治”。回顾我们党90多年来的历史，每一次吃苦头、走弯路，都往往与形式主义和官僚主义盛行有关；每一次大发展、新辉煌，都是在求真务实中取得的。进入新时代，出实招、不搞形式，鼓实劲、不务虚功，我们才能成功应对各种风险挑战，把我们的各项工作做到群众的心坎里，把我们的业绩书写在坚实的大地上。

人民时评

把中央在宏观政策层面的部署举措，转化为企业在微观层面的切实获得感

“抓紧研究更大规模的减税、更加明显的降费措施，真正让企业轻装上阵、放手发展”“政府要过‘紧日子’，把省下的钱用于保障民生支出，用在老百姓身上”，近日，财政部相关负责人的发言引发关注。这意味着更大规模的减税正在路上，表明我国降成本措施持续加码，将会给企业带来更多获得感。

有一种观点认为，当前企业最大的挑战不在需求下滑，而在成本上升。尤其是对不少企业而言，成本如果上升，竞争力就会下降，因此减税降费的呼声一直不小。合理的税率应是多少，企业与银行融资的利息能不能抵扣，需要系统、科学、严密的测算与论证，但减负的共识已经清晰。

中央持续释放减税红利，既是在应对经济下行压力，也是在对接“降成本”这一供给侧结构性改革的长期任务。过去五年，营改增累计减税近2万亿元，取消、免征、停征和减征1368项政府性基金和行政事业性收费，力度不可谓不大，仅今年5月1日增值税下调1个百分点后，合计减税就达1745亿元，减税效果显现。然而，就像天气预报中有实际温度与体感温度的差别，眼下的当务之急，是把中央在宏观政策层面的部署举措，转化为企业在微观层面的切实获得感，让企业获得实实在在的减税红利。这就需要上下贯通，把中央政策落实到位。

改革重在落实，也难在落实。在中央全面深化改革委员会第四次会议上，习近平总书记强调要投入更多精力、下更大气力抓落实，把改革重点放到解决实际问题上来。就减税降费而言，更好地为企业注入信心，一方面要继续加大减负力度，推动税率三档并两档落地；另一方面，也要避免中间环节的跑冒滴漏，不让获得感打折。这就需要避免减税降费在落实过程中变形走样，这也是为什么最近国务院强调，“在机构改革中确保社保费现有征收政策稳定，有关部门要加强督查，严禁自行对企业历史欠费进行集中清缴”。

更大规模的减税，无疑有助于提振实体经济信心。外向看，身处激烈的国际竞争中，税负环境就是营商的大气候，是竞争的重要维度，形势逼人改革；内向看，避免经济脱实向虚，本身也需要出实招。企业利润越高，员工的待遇就越好；待遇越好，就越能吸引优秀人才；人才越多，企业的创新能力就越强。为企业减税降费，降低成本，就会形成良性循环，不断增强实体经济的竞争力，不断提升产品供给的能力和水平。正是从这个意义上说，为实体经济减负，不仅可以吸收资金流，也可以吸引人才流。

当然，税收是财政之基，改革需要在利益平衡中推进。好在近几年，在减税降费的同时，通过不断培植和发展新的税源，财政增收有了源头活水，有能力也有条件进行力度更大的减税措施。而放在改革开放40年的历史长河中审视，通过减税降费来“放水养鱼”，通过增强企业发展的内生动力，不断做大税基，也被反复证明是成功的。减负，可以实现企业发展与国家财力增强的双赢。

有学者说，我国财税体制改革的一大特点，就是它作为整体改革的重要组成部分，始终与整体改革相伴随，并服从、服务于整体改革的需要。纵观40年改革开放，其中很重要的一项任务就是为“财富创造”移除制度绊脚石，通过降低交易成本激发市场主体活力。今天，更大规模的减税已经在路上，将让中国的企业更能轻装上阵，获得更加坚强的信心、更加稳固的竞争优势。

悦读

生命需要文学的滋养

李拯平

先贤哲人们反复强调读书之于人生的重要性，我想，这是因为只有通过读书尤其是阅读文学作品，个体生命才能以单一接通丰富、以局部接通无限、以短暂接通永恒。也就是说，每一个生命都需要文学的滋养和支撑。

每个人的生命历程都很短暂，在永无尽头的时间河流中，不过是转瞬之间；而且每个人的一生，即使先后从事过工业、农业、军事、财经、教育等多种职业，将其放在数不尽数的领域行当中，亦少得可怜。我们若想改变这一状态，只有读书。唯有读书，通过阅读各种文学作品，方能在复杂多元的生命形态中，在五彩缤纷的专业领域中，在各种各样的生活场景中，在复杂微妙的人性纠结中，无限地丰富生命的经历和生活的感受，有效拓展生命的长度和宽度，增加生命的厚度和深度。

比如，通过阅读一首古代歌谣《越人歌》，我们的感受和想象就能穿越到（实际是思维联通到）那个遥远的春光明媚的江南水乡间，在打桨女和王子一次美丽动人的爱情邂逅中，感同身受地“体验”一把。“今夕何夕兮，搴舟中流。今日何日兮，得与王子同舟。蒙羞被好兮，不誉诟耻。心几烦而不绝兮，得知王子。山有木兮木有枝，心悦君兮君不知”。打桨女吟唱的是一份“爱，却无法抵达”的绝望与忧伤。通过阅读，我们明白了这种一见钟情的爱，原来从古至今一直都存在，不必追问必然的理由，只要知道这份爱情曾让这位打桨女在那一刻体验到什么是爱，其生命在那一刻焕发出了爱的光泽就足够了。显然，正是这份爱情感动了当时的史官，将这生一件事这一情景记录下来，用文字的方式使这位打桨女获得了永生。

我至今不能忘怀第一次读戴望舒诗作《单恋者》时心灵受到的震撼和感动，“我觉得我是在单恋着，/但是我不知道是恋着谁；/是一个在迷茫的烟水里的国士吗，/是一支在静默中零落的花吗，/是一位我记不起来的陌路人吗？/我不知道。/我知道的是我的胸膛胀着，/而我的心悸动着，像在初恋中。”我无数遍地诵读过这首诗作，每一次诵读，感动和震撼的情绪都会被真切激活。仿佛自己就活在那个风雨飘摇的上世纪30年代，正在以一种清坚决绝的精神气质，抒发宣示着心灵深处那份永远不会放弃的对国家和民族复杂痛切的爱恋。我的生命于是也就这样一寸一寸地延伸，一寸一寸地拓宽。

文学就是这样奇妙，把一些高远而又抽象的说教和伦理描写，转化为一个个生动的故事、人物、事件和画面。让我们跟随着那个事件、那个情景和那个人，穿行在过去或未来的时空中。因为文学，我们不再害怕肉体只有那么短暂的几十年；通过读书，我们以有限的肉体，接通了人类文明的永恒。面对浮躁的语境，请读书。请安心下来，认认真真地、踏踏实实地读书。

（摘编自10月8日《人民政协报》）

让企业获得实实在在的减税红利

何鼎鼎

共同营造文明旅游大氛围

李思辉

无论是领略名山大川，还是体味文明进步，“在路上”已经成为人们的一种生活方式，成为中国人生活的一部分

金秋十月是适合旅行的时节，无论是矗立在北京秋日阳光里的故宫，还是老上海风情街船坞码头、黄包车、南京路老路牌，抑或是令人齿颊留香、流连忘返的江苏扬州老字号茶社，都让人们意犹未尽、流连忘返。而每一个在路上的人，在遇见心仪美景的同时，也为旅游市场作出了贡献。

刚刚过去的国庆黄金周，见证了中国旅游市场的变化。今年黄金周期间，景区出现了“降价潮”，国内近千家景区公布免费开放或门票降价措施，其中5A、4A级景区占比超过七成。这说明，大多数景区不再过度依赖“门票经济”，开始在提升服务质量和水平上下功夫。而供给侧的改革，也带来了需求侧的旺盛。经测算，国庆假期，全国共接待国内游客7.26亿人次，同比增长9.43%；实现国内旅游收入5990.8亿元，同比增长9.04%。很多景区实现降价提质，迎来告别门票依赖的“发展拐点”，让人们切实感受到景区公共属性的回归和供给侧改革的诚意。

与旅游市场供给侧改革相适应，人们的出行选择更加多元化、旅游消费更加个性化。在南京的一家新零售智慧门店，由于VR试衣镜带来的体验感和高效率，“销量比平时翻了一番”；越来越多的小众化品牌、体现个性情感因素的产品受到追捧，80后、90后崇尚个性化追求，“是不是大牌不重要，适合自己，只要自己喜欢就好”；除了那些传统景区外，乡村游、民俗游、康养游、文创游、自驾游等出行选择火热，“乡村”正从户籍和身份概念，向生活方式和生活空间概念变化……可以说，人们的旅游消费更讲品质、更重体验、更有个性，正成为消费升级新趋向。

往深层看，旅游市场的变化也是观察社会文明进步的窗口。自驾游让我们对完善带薪休假和优化交通资源配置有了基本共识；对不文明行为的讨论和批评，促进了公共文明的发育和养成；曾经的天价鱼、天价虾等宰客事件，让政府的社会治理能力得到演练与提升……伴随着出行的脚步，公众也逐渐开始关心如何促进旅游业的进步、公众文明素养的提升。回顾最近的新闻事件，尽管还存有一些乱刻乱画、给海马投喂塑料袋等不文明行为，但类似现象的发生率在降低，文明旅游的大氛围正在形成。西安华清宫景区推出“垃圾换水、贵妃送花”活动，孩子们主动将丢弃的饮料盒扔到垃圾桶；南京博物院参观人数达到3万多人，虽无专人维持秩序，游客却都自觉排队购票、秩序井然……一项调查显示，近半数境外受访者认为中国游客的文明素质在提高。从境内到境外、从线上到线下，文明出行蔚然成风。

中国的旅游市场，正呈现出越来越鲜明的地方特色。比如，山东各地依托十大文化旅游目的地品牌，倾力打造各具特色的品牌活动；云南推出新的演艺产品，《藏谜》在丽江千古情景区藏谜大剧院开演，西双版纳《傣秀》持续受到游客欢迎。与此同时，旅行的文化味也越来越浓。数据显示，国庆期间，超过90%的游客参加了文化体验活动，前往博物馆、美术馆、图书馆和科技馆的游客达到40%以上。而无论是领略名山大川，还是体味文明进步，随着旅游市场的日益成熟，“在路上”已经成为人们的一种生活方式，成为中国人生活的一部分。



持证人不需劳动即可获得高额回报，催生了专为“挂证”而考试的风气；租证企业提升了资质档次，但实际操作人员并不具备相关资质；中介机构牟取暴利……国务院督查组近日对建筑工程企业、注册人员、中介机构等调查发现，畸形的“挂证”现象亟待从根本上破解。

这正是：
证书随意挂靠，
回报额度颇高。
资质岂容买卖？
违法插翅难逃。
曹 一图 林亦辰文

人民时评

破除“唯流量”的行业顽疾

桂从路

评价内容质量，一定的数字指标是必要的，但绝非唯一标准。走出“唯流量”的误区，努力供给更多更优质的内容产品，方能满足人们日益分众化、多元化的需要，也才能真正赢得市场

打开视频网站，数据攀比屡见不鲜，动辄上百亿的点击量被挪揄为“8亿网民不够用”；登录中介平台，刷量服务明码标价，粉丝量、点击量、播放量造假皆有路径。最近一段时间，有关流量作弊的话题持续引发讨论。当内容产业蓬勃发展催生可观的流量市场，如何规制乱象、构建良好的行业生态，成为亟待破解的现实课题。

衡量作品的传播效果，离不开必要的数字。从电视节目的收视率，到电影市场的票房数，再到网络内容的点击量……相关统计数字，为内容产业提供了重要的评价标尺，也有助于用户降低甄别和筛选的成本。尤其是在互联网的语境中，流量指标往往更加重要。然而，一旦“流量大于一切”成为突出倾向，难免会带来唯点击量、唯播放量的浮躁风气，甚至误导一些人为牟利而弄虚作假。在这种背景下，内

容生产者为了获取流量、迎合市场，违背创作规律和初心，容易导致格调不高、低俗媚俗的作品充斥网络；流量造假等违法违规行径，也让市场出现“劣币驱逐良币”的现象。

现实中，流量与利益密不可分。“唯流量”，往往是内容生产者、平台、粉丝等各方推波助澜的结果。以平台方为例，随着影视剧发行模式的改变，视频网站的影响力越来越大；排行榜、点击量等营造出的“流量繁荣”，事关市场占有率、广告收入等红利。又比如一些所谓的“流量明星”“爆款IP”，雇水军、刷热搜、炒话题，目的也在于

获得高价片酬、赚取热钱快钱。从日前宣判的全国首例视频网站刷流量案来看，分工合作、利用技术手段进行流量造假的行为，背后已经形成完整利益链。

确保内容产业在健康的轨道发展，重典治乱、对症下药是关键。前不久，国内某知名视频平台宣布关闭前台“播放量”显示，以综合用户讨论度、互动量、多维度播放指标的非内容热度代替，赢得人们点赞。但冰冻三尺非一日之寒，整治行业乱象，不仅需要行业自身痛定思痛、努力改进，也有赖于加强整治与监管。近年来，无论是开展电影市场专项治理，重拳打击不正当营

销行为，还是多部门联合印发通知，要求坚持把社会效益放在第一位，坚决反对唯票房、唯收视率、唯点击量，破除“唯流量”的顽疾，不仅是社会共识，也成为鲜明的政策导向。

让违规者付出代价、通过治理升级规范市场秩序，是破解“唯流量”的重要环节。从行业长远发展的角度出发，还需要进一步思考，怎样才能建立健全更科学的评测机制，引导市场良性竞争。竞争是发展的催化剂，有竞争就有评价。评价内容质量，一定的数字指标是必要的，但绝非唯一标准。当务之急，是要从对流量的盲目崇拜中走出来，把以品质为核心的评价导向树起来。这些，还需要不断地探索和调试。遵循公平、公正、透明的原则，破立并举、完善机制，才是维护良好行业生态的治本之道。

内容产业勃兴的源泉，在于群众日益增长的精神文化需求。走出“唯流量”的误区，努力供给更多更优质的内容产品，方能满足人们日益分众化、多元化的需要，也才能真正赢得市场。随着治理力度的加大、行业规范的明确、平台监管的强化，我国内容产业必将迎来进一步发展，以更多精品力作标注时代。