

人民观点

保持政治本色，清正廉洁作表率

——对准“不忘初心、牢记使命”主题教育具体目标⑤

本报评论部

苍茫大山中，深藏功与名。“他用自己的朴实纯粹、淡泊名利书写了精彩人生，是广大部队官兵和退役军人学习的榜样。”连日来，老英雄张富清的事迹引来无数点赞。对自己，他甘守清贫；对家人，他不谋私利。这位“战斗英雄”“人民功臣”，60多年刻意尘封自己的功绩，书写下共产党人的初心与本色。

这次“不忘初心、牢记使命”主题教育，“清正廉洁作表率”是具体目标之一。在主题教育工作会议上，习近平总书记强调：“清正廉洁作表率，重点是教育引导广大党员干部保持为民务实清廉的政治本色，自觉同特权思想和特权现象作斗争，坚决预防和反对腐败，清清白白为官、干干净净做事、老老实实做人。”这一目标，既是对广大党员干部的具体要求，也是共产党人应该保持的政治本色。每一位党员都应当对照要求、对准目标，找一找自己在知敬畏、存戒惧、守底线方面存在哪些差距，强化自我修炼、自我约束、自我塑造，在廉洁自律上作出表率。

党史上有个“三付饭费”的故事，至今读来依然有着深刻启发。1973年，周恩来陪法国总统蓬皮杜访问杭州。送别了客人后，周恩来为了感谢工作人员的辛苦，请他们吃了顿便饭。饭后，省里的同志要付钱报销，周恩来却坚决不同意，要求秘书去结账。结账后，周恩来看到拿回的是“十元一角”发票，便说道：“那么便宜，那不行。”交代秘书要按市价付足，饭店只好再收了10元。到了机场后，他还担心付的钱不够，又留下10元钱，托省里的同志转交饭店。为一顿饭三付饭费，不占公家丝毫便宜，照见的正是共产党人严于律己、清正廉洁的政治品格。

“廉者，政之本也。”廉洁自律是为政的基石。打铁还需自身硬。一个党员干部只有自己练就金刚不坏之身，不搞特权、不谋私利、不徇私情，才能把腰板挺直，赢得群众的信赖。相反，挡不住诱惑、守不住底线，干事创业就难有底气，与群众的距离就会越来越远。要知道，破一次规矩，就会留一个污点；搞一次特殊，就会减一分威信；谋一次私利，就会失一片人心。通过主题教育，做好清正廉洁的表率，才能“公生明、廉生威”，做一个堂堂正正的共产党人。

“清廉是福，贪欲是祸。”廉洁自律也是为政的底线。党员干部走上各自的岗位，大多是想干一番事业、实现自身价值。但如果在廉洁问题上翻了船，最终只会一失万无，谈何“为官一任，造福一方”？欲望的背后是陷阱，贪婪的尽头是毁灭，这是一笔再清楚不过的“廉洁账”。也正因此，习近平总书记多次告诫党员干

部：“鱼和熊掌不可兼得，当官发财两兼得，当官就不要发财，发财就不要当官。”行得端、走得正，才能行得稳、走得远。一个人能否廉洁自律，最大的诱惑是自己，最难战胜的敌人也是自己。共产党人的“心学”，思深悟远、常学常新，需要的是一辈子的拂拭、打磨、精进。对于党员干部而言，廉洁自律这根弦永远不能松，否则就会“一次做让步，次次守不住”。进行主题教育，也是要砥砺广大党员干部随时打扫思想的灰尘，坚守精神的高地，慎独慎微，面对“微腐败”绝不能掉以轻心，遇到“潜规则”绝不能随波逐流，碰上“人情礼”绝不能欣然笑纳。处理好公私、义利、是非、情法、亲清、俭奢、苦乐、得失的关系，就要常修从政之德、常思贪欲之害、常怀律己之心、敬畏人民、敬畏组织、敬畏法纪，稳得住心神、管得住行为、守得住清白。

在曲阜孔府内宅门的内壁上，绘有一幅壁画，画的是传说想吞下金银财宝甚至日月星辰的饕餮。孔府将其绘于内室，就是要告诫家人：“戒贪”。古人尚有此觉悟，更何况我们共产党人。立身不忘做人之本、为政不移公仆之心、用权不谋一己之私，守住底线、不越红线、不碰高压线，这是共产党人应有的政治本色，也是为官从政必须涵养的政治品格。

（本系列评论到此结束）

每一位党员都应当对照要求、对准目标，找一找自己在知敬畏、存戒惧、守底线方面存在哪些差距，强化自我修炼、自我约束、自我塑造，在廉洁自律上作出表率

立身不忘做人之本、为政不移公仆之心、用权不谋一己之私，守住底线、不越红线、不碰高压线，这是共产党人应有的政治本色，也是为官从政必须涵养的政治品格

人民时评

让预付消费更安心

王珂

预付卡一定程度上承载着消费者对于商家的信任，如果辜负了这份信任，商家就应承担相应的不利后果

有必要在市场监管、商务、公安等部门之间实现信息共享，让守信者畅通无阻，让失信者寸步难行

今天，中国已成为全球第二大消费市场，未来拥有无穷潜力。在激发市场活力、挖掘消费潜力的过程中，预付消费完全可以发挥更大作用

如今，“先预付、后消费”的商业模式，不仅在实体店被广泛使用，在网购平台也越来越常见。随着暑期消费旺季来临，商家纷纷推出预付消费等促销活动。

预付消费受追捧，背后是“双赢”的商业逻辑。对消费者来说，预付消费的价格往往有优惠，也可省去每次结算的麻烦，体验更好。对商家来说，一次性预收顾客的资金，意味着锁定了未来一段时间的客源。但现实中，预付消费“卡壳”现象时有发生。办理预付卡时，商家不愿跟消费者签订书面合同；等到办完卡，又时常退卡难、退款难；更有甚者，关门歇业，让消费者的预付款打了水漂。有人感慨，“预付卡”成了“圈钱卡”。

预付消费这本“经”，为何被念歪了？主要还是一些不法商家在搅浑水、钻空子。正是因为看到了预付消费对于人们的吸引力，一些商家动起了歪念头。他们以“优惠促销”为由吸引顾客，一旦收到预付金，不是想着怎样提升服务，而是变着法给服务注水，甚至一走了之，可谓“以预付之名，行敛财之实”。类似做法，侵害了消费者合法权益，也扰乱了正常的市场秩序，影响人们对消费的信心。

其实，从2012年起，商务部就陆续出台了相关管理办法。发卡企业在商务主管部门备案，实行资金存管制度，预收资金的一定比例向商业银行存入存管资金……相关规定非常细致，但在落实层面，却经常遭遇现实难题。实际上，大量预付卡销售没有备案、没有存管，结果便游离于监管之外。如何有效加强监管、进一步规范预付卡消费，充分保护消费者合法权益，成为亟待破解的问题。

让预付消费更安心，关键在于多措并举，形成监管合力。一些商家之所以敢欺骗消费者，甚至让预付卡成为敛财套路，一个重要原因是违规成本较低。因此，应当不断完善监管体系，加大对违规者的惩处力度。与此同时，还应探索多样化的处罚手段。预付卡一定程度上承载着消费者对于商家的信任，如果辜负了这份信任，商家就应承担相应的不利后果。有必要在市场监管、商务、公安等部门之间实现信息共享，让守信者畅通无阻，让失信者寸步难行，从而大大增加监管的威慑力。

事实上，随着消费市场日趋成熟，消费行为更加理性，消费者“用脚投票”的作用也愈加显著。今天，人们对预付消费模式日益熟悉，选择时也更为谨慎。目前，企业的预付消费服务有没有在相关部门备案，已可通过商务部门用途商业预付卡业务信息系统进行查询。在选择预付服务时多几个心眼，提前查一查，就能避免掉进不法商家的陷阱。进一步完善消费举报和投诉制度，让消费者参与监督，就能推动更多商家规范提供预付消费，不敢肆意违规。

今天，中国已成为全球第二大消费市场，未来拥有无穷潜力。在激发市场活力、挖掘消费潜力的过程中，预付消费完全可以发挥更大作用。给预付消费加上“安全阀”，让人们享受这种服务模式，我们的消费市场必将迸发出更多活力。

暖闻热评

好家风，柔且刚

欧阳锡龙

【人物】见义勇为的女大学生崔译文

【故事】前不久，在广西桂林电子科技大学花江校区，崔译文夜自习后和同学小梁结伴回宿舍。经过操场时，一名男子企图对小梁行凶，崔译文赶紧上前把小梁推开，自己身上多处受伤。面对人们“为何敢”的问题，她回答说，“因为我是军人的孩子”。

【点评】

危急时刻，与凶手搏斗，是极为危险的事。崔译文之所以敢“冲上去”，勇气自不必多说，更重要的是良好家风的熏陶。正如网友们点赞说，“他们是军人家庭，家风一直很好，崔译文的义举其实和家庭榜样的示范力量分不开”。

好家风有刚强的秉性。2001年，崔译文的父亲崔宏伟在一次执行海上任务时，发现钢缆要断裂，他推开战友，自己却被钢缆击中，一个月里先后动了3次大手术、30多次小手术，但他始终坚信，“不管多难，我都要站起来”好家风也有柔情相待。面对五级伤残的丈夫，崔译文的妈妈有一颗坚强的心，再苦再累都不会向命运低头，即便下岗当超市导购、开厨具专卖店，也都微笑面对。父亲的言传身教、母亲的行为示范，让女儿拥有了一颗向善、正直、坚强为底色的心。

好家风是一个家庭的精神内核，于润物无声处感染人、滋养人。习近平总书记指出：“孩子们从牙牙学语就开始接受家教，有什么样的家教，就有什么样的人。”崔译文自小浸染父母传递的优良家风，收获着坚毅、勇敢、乐观、向上、向善的力量。再看看“时代楷模”杜富国的父亲，一向教育孩子“能为国家做事，全家都光荣”，将此融入血液、刻入言行的杜富国，在生死关头能选择“你退后，让我来”的壮举，也就不难理解了。

“天下之本在国，国之本在家，家之本在身。”正因为有千千万万家庭一以贯之弘扬传承优良家风，社会主义核心价值观才能内化于心、外化于行，社会发展才有源源不断的正能量。不论时代发生多大变化，不论生活格局发生多大变化，只要注重家庭、注重家教、注重家风，每个家庭都能成为国家发展、民族进步、社会和谐的一分子。

有人说，守望家风，就是守望中华民族精神大河之中的浩荡清流。把好家风融入精神血脉里，体现在具体行为中，就能让更多善举义举在新时代绽放荣光。

本版责编：白龙 陈凌 石羚

情商培养岂能速成

张凡

一段时间以来，一些针对少年儿童的情商培训班十分火爆，引发关注。有情商班打出颇有吸引力的口号，吸引一些家长不惜付出不菲的费用，争相给孩子报名。

儿童情商培训的火热，也是一直以来“培训热”的延续。近些年来，从课业补习到兴趣培养，花样迭出的培训班热度不减，其背后是父母“望子成龙”的期许，也是不希望孩子输在起跑线上的努力。而从关注智商到重视情商，也折射出教育理念的一些变化，说明不少家长不仅关心孩子分数的提升、知识的增加，也开始重视孩子心理的健康、情绪的引导。这也是为什么很多培训课程与情商并无太大关系，也要打出“情商”的标签，以迎合大众的心理需求。

情商班效果几何？目前还很难说。参加情商培训班，孩子可能会掌握一些人际交往的技巧，也可能在一定程度上增加有效沟通、弥补一些家长在陪伴时间上的不足，但这些效果因人而异，也并非只有通过情商班才能学到。并且，如果情商培训班将人际交往简单化为“套路”，将情商庸俗化为“关系学”“成功学”，那不仅于孩子的成长无益，还可能让他们在机械化、模式化的培训中失去人际交往中最珍贵的“真实性”“真诚感”。所以，是否有必要花大价钱去上情商班，家长们还是应根据实际情况，作出理性的判断。

一些家长觉得孩子性格内向、淘气不听话就是情商低，这样的认识也有待转变。情商的内涵是丰富的，既指向自身情

绪、自我激励，也指向理解他人、与人交往。“己所不欲，勿施于人”的换位思考、尊重宽容是情商，“自强不息，厚德载物”的乐观自信、积极向上是情商，“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”的坚强意志和抗挫折力也是情商……而这些特质，是在不断的自我认知与社会交往中才能体悟的，是在一次次的风雨洗礼后才能积淀的。因此，情商的培养不一定非要走进培训班，一方斗室也难以成为情商培养的大课堂。

情商可以培养，但最好跳出培训的迷思。培训是速成，而培养是长期的潜移默化。情商的养成，说到底还是要靠家庭、学校、社会的共同努力中实现，其中家庭的作用又尤为突出。在《傅雷家书》中，我们可以看到很好的示范。从艺术的思考到交往的礼仪，傅雷与儿子细细分享着自己的人生经验。儿子苦恼“幼时那初恋的影子老是缠着我”，父亲就鼓励他把过去的思想包袱“一齐扔掉”；儿子因不善日常交往中应付人事而疲累，父亲就一一提醒人际交往的“注意事项”；儿子怕自己的坏心情给父母带来负担，父亲则诚挚回应“爸爸不帮助孩子，谁帮助孩子？”父母的真诚沟通、耐心开导，是化解孩子坏情绪的“良药”，言传身教、潜移默化，也是提升孩子情商的正道。

情商培养，不是要打造某一类型的“达人”，也不能把人际交往变得千人一面。所以，无论是怎样的性格，有什么样的爱好，都不必刻意改变，悦纳自己、自我激励，理解他人、与人为善，才能不断提升自己的情商。



如今，越来越多体育爱好者参与到骑行运动中来。骑行已经成为继跑步、游泳、球类等项目之后又一大众健身项目，同时衍生出骑行装备、赛事运营等周边产业。根据国家相关规划，到2020年，中国自行车运动产业总规模力争达到1500亿元，自行车运动产业将迎来加速发展黄金期。

这正是：
轮上好风光，
骑行成时尚。
人人来参与，
有趣又健康。

曹 一图 苏 砥文

连线评论员

共筑都市圈，开辟融合新图景

——长三角如何迈向高质量一体化②

浙江日报评论员 李 攀

去年，杭州都市圈首次扩容，将黄山揽入怀中，而随着杭黄高铁的开通，两地联系更趋紧密。当长三角区域一体化发展上升为国家战略，更多都市圈扩容所连接而成的城市群，正成为一体化最直观的景象。

中国区域发展正呈现新特征，中心城市、都市圈和城市群时代正在到来。无论是在京津冀、长三角还是粤港澳，一批具有全球影响力的现代化都市圈正在孕育，成为引领区域发展的重要增长极。比如在长三角，上海都市圈、南京都市圈、杭州都市圈、合肥都市圈正展现勃勃生机。今年年初，国家发改委发布了《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》，擘画了我国都市圈发展的蓝图。

如果说，过去40多年，一个城市仅靠

聚焦主业就能一枝独秀，那么面向未来，一个城市的竞争力和影响力将很大程度上取决于它在区域的整体能级。当然也看到，尽管近年来国内都市圈建设呈现较快发展态势，但协同发展体制机制不健全等问题依然突出。作为国内目前发育最成熟的城市群之一，长三角城市群要迈向更高质量发展，有必要共筑现代化的、对标国际一流的都市圈，开辟区域协同发展新图景。

兵马未动，粮草先行。基础设施一体化是都市圈发展的基础。近些年来，长三角区域不断加强基础设施互联互通，高铁里程约有4200公里，占据全国高铁网络的1/6，随着省际和区域“断头路”的不断打通，一个“轨道上的都市圈”正在形成，长三

角越变越“小”。当然，除此之外，也要在新一代信息基础设施建设上下功夫，比如重点布局5G网络建设，以跨区域数字基础设施建设的齐头并进，引领长三角数字经济发展，加速长三角的融合进程。

推进公共服务一体化，是都市圈发展的应有之义。事实上，推进基础设施一体化更轻。这是因为，在都市圈发展过程中，教育、医疗等优质资源难免向城市核聚集，公共服务资源呈现圈层化递减特征，在时序上会滞后于人口流动。长三角区域应勇于突破体制机制障碍，强化政策协同机制。最近，长三角地区医保跨省结算工作加速推进，迈出了公共服务一体化的重要一步。下一步，加强医疗卫生专业人才的区域内柔性