

# 读懂“建议全国推广”背后的民生期待

曲欣悦

近日,浙江杭州市公安局钱塘区分局白杨派出所因为“拍身份证照好看”火了——据“浙江公安”微信公众号介绍,该派出所户籍室的“衣帽间”为前来拍照者按年龄段和季节置办了一批款式新潮、颜色显白的服装,眼镜框、发卡、粉底液等物品也一应俱全。网友纷纷为这一做法点赞,留言“建议全国推广”。

这件事之所以引发关注和好评,是因为它戳中了许多人没有满意的身份证照片的痛点。一项调查显示,超过52.3%的受访者对自己目前身份证上的照片不满意。而根据居民身份证法的规定,十六周岁以上公民的居民身份证的有效期为十年、二十年、长期。在不少人看来,让一张自己不满意甚至是“人生最丑”的照片跟随自己这么长时间,

无奈又沮丧。

针对这一痛点,近年来多地公安部门已在努力探索,诸如购置身份证件“自助满意拍”设备、支持手机小程序进行身份证照片自助拍摄和上传、推行身份证照片“多拍优选”等服务创新举措,“多拍优选”的做法后来还被公安部在全国推广。

网友之所以“建议全国推广”杭州市公安局钱塘区分局白杨派出所的做法,一是它事关群众普遍关心的问题,二是具体做法可行性强。而从“建议全国推广”到“实现全国推广”,最根本的还是要从群众需求出发,将工作做到群众的心坎上,让人民群众从一项项改革创新中,感受到实实在在的便利。

移动互联网时代,一些地方的创新经验常会突破地域边界,从地方新闻变成“全国热搜”。比如,四川乐山一市场

对“鬼秤”商家贴黄牌警告,广东多地举办“妈妈岗”专场招聘会,浙江政务服务APP开设相亲交友功能,在这些新闻的评论区,不乏网友“建议全国推广”的呼声。

一句“建议全国推广”,既是肯定,更是期待,是对相关好做法能尽快来到自己身边的热切期盼。对有关部门来说,关注每个“建议全国推广”的呼声,是用心服务群众该有的姿态,读懂这背后的民生期待,才能更快、更好地化解群众的急难愁盼。

当然,一些地方经验是否值得被全国推广,还需有关部门和专家审慎评估、因地制宜,不可一蹴而就。期待更多来自基层、着眼细处、体察民心、顺应民意的好做法,能早日形成可复制推广的经验,让更多群众享受到服务创新的红利。

保障『光环境健康』



我国将对全国托育机构、幼儿园及学校的直接天然采光、窗地面积比、照度等情况进行抽检,保障儿童青少年在教室等室内环境下的“光环境健康”。

新华社 徐骏

## 今麦郎的“战狼特训营”,为何让人感觉不适?

### 法治时评

本报评论员 余悦琴

近日,“今麦郎管培生入职后参加魔鬼式军训”的消息在网上引发热议。据媒体报道,今年入职快消品公司今麦郎的77名管培生,在正式培养期开始前,进行了7天封闭式特训,内容包括泥地里做俯卧撑、高空走断桥、60公里负重徒步等,还要求所有人去陌生人家里求助,讨要一点钱并在陌生人家里吃饭,美其名曰“城市生存”。

这种高强度、军事化的训练模式,令不少网友震惊,更有人质疑:一家企业对即将入职的员工进行特种兵式的魔鬼训练,是否合法合规,是否真有必要?

事实上,入职培训的传统由来已久,用人单位可以通过特定的组织形式,帮助新员工了解单位历史、组织文化、工作流程、行为规范、组织结构等情况,使其更好更快地融入新的工作环境。一般来说,入职培训大多为讲座培训、教学培训等,近年来,也有一些用人单位创新形式,采用线下团建、学习参观等来凝聚团

队力量。

据悉,今麦郎将此次特训称为“战狼特训营”,目的是为了挖掘员工的潜能,克服心理惰性,增强团队协作能力。从企业角度来讲,这也是一种新型的入职培训。可为何这种方式,会让众多网友感觉不适?

首先,作为工作的一部分,入职培训也应遵守相关法律法规。根据劳动法第五十六条规定,劳动者对用人单位管理人员违章指挥、强令冒险作业,有权拒绝执行;对危害生命安全和身体健康的行为,有权提出批评、检举和控告。此外,员工有权在入职前了解工作的具体内容、工作条件等信息。而据媒体报道,今麦郎管培生在入职之前,对“魔鬼式军训”这一项目一无所知。如果企业没有事先告知员工训练的内容、强度,就要求员工进行如此可能危及身体健康的行为,已侵犯了员工的合法权益,涉嫌违法。

其次,这样的入职培训,让人看到更多的是背后暗含的企业“控制欲”和对员工“服从性”要求。和谐的劳动关系,应当是在劳动过程中,雇主与员工之间互相尊重、信任和支持的关系。但在今麦郎的“战狼特训营”中,笔者却感受到了一种企业上位者对新人的“规训”,这难

免令人不适。“就是做个方便面的,还用得着这么折腾人?”有网友这样戏谑道。从实际效果来看,这样的入职培训除了一味让新员工“为吃苦而吃苦”“忍受吃苦”外,对工作内容并无帮助,既不能让员工提升业务能力,也没有为新员工植入更多有关行业认知、市场分析、营销能力提升等内容。

当下的职场新人,对工作更在意的是个人兴趣、个人尊严、个人生活、个人成就和企业氛围。今年3月胖东来新增员工“不开心假”走红网络就是一个例证,广大网友对企业这样的人性化管理拍手称赞。随着越来越多年轻人走上工作岗位,网上许多人调侃“年轻人整顿职场”,但其实背后是一群更有主见、更有想法、更有创造力的年轻人对工作的价值、意义有了更多维度的考量。在他们看来,工作不是员工对领导的绝对服从,也不是一场残酷的竞争,而是一段温暖和成长的旅程。如果企业还是用过分“操练”的方式来培训员工,恐怕是不能让员工的归属感、忠诚度得到提升的。企业只有在尊重员工、关爱员工的基础上,才能赢得员工的信任和忠诚,从而实现长远发展,而这也应该是现代企业文明进步的必修课。

张博令

在中国经济发展的大潮中,有一些“小变化”耐人寻味。网络平台数据显示,今年以来,“徒步”“骑行”“露营”等相关搜索量同比均有较大幅度增长。而与徒步、骑行深度绑定的冲锋衣,2023年四季度线上销量同比增长1.4倍,一跃成为大众消费市场颇受欢迎的单品。这些小变化,折射出户外运动产业发展的强劲势头。

在今年的端午假期,不少人走向户外、走进自然,览山川之胜、享运动之乐。如今,户外运动受到越来越多人的追捧。从活动类型来看,户外运动形式多样,露营、骑行、登山、徒步等热度均明显上升;从参与人群来看,年轻人、亲子家庭等是消费主力军,带动各个年龄人群踊跃参与。

“玩”出来的户外运动产业,既时尚又健康,展现着人们生活品质的提升。徒步登山、潜水冲浪、滑雪骑行,户外运动蓬勃发展的背后是人们日益多元化、个性化的美好生活需要。户外运动不仅可以锻炼体能,增强心肺功能和协调能力,还兼具社交属性强、新鲜有趣、参与门槛不高等特点,因此受到各类人群的喜爱。可以说,户外运动的流行,户外运动产业的爆发,展现着消费结构升级的趋势,彰显着社会文明水平的提升。

我国幅员辽阔,高山、峡谷、湖泊、草原、沙漠……多元各异的自然景观为户外运动提供了得天独厚的条件,也为户外运动产业提供了巨大发展空间。2023年10月,国家发展改革委、国家体育总局等部门出台《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》,提出到2025年,推动户外运动产业总规模达到3万亿元,这为户外运动的高质量发展提供了政策保障。以近年来广受关注的城市马拉松为例,这项户外运动不仅提升了当地的曝光度和城市形象,还显著拉动了当地衣、食、住、行、游、购、娱等消费需求,同时还能带动户外装备、运动鞋服等的销售。可以说,户外运动产业辐射面广、产业链长,正是以需求升级带动供给升级的全新增长点和突破口。

往深层看,对一个地方来说,户外运动产业为推动“绿水青山”转化为“金山银山”提供了新路径,能够实现经济效益、生态效益和社会效益的多赢。在四川阿坝,四姑娘山周边海拔5000米以上的山峰超80座,有各类大小高低错落的冰瀑100多个,进入性和可登性高,适合开展户外运动。当地推动四姑娘山从“山地观光”向“山地户外”转型,致力于打造国内首个全业态山地户外型世界旅游目的地。今年端午假期,四姑娘山的众多徒步线路依然火热,当地依靠户外运动摸索出一条以绿色好生态带动健康产业、服务健康生活的发展路径。可见,发展户外运动产业,拓展了生态产品价值实现的新方式,为挖掘各地自然资源的经济价值开辟了新蓝海。

户外运动的持续火热,是人们对娱乐方式的多元化需求、经济的稳定增长、政策支持与基础设施改善等共同作用的结果。进一步完善户外运动安全保障体系,持续提升人们的户外运动安全素养,户外运动产业将不断健康发展,既为人们的美好生活增加乐趣,又为中国经济高质量发展注入新活力。

## 激发户外运动的多重效益