

别让“没问题”遮蔽真民情

常江

“你们有没有什么问题？”是领导干部基层调研最常问的一句话。本意是倾听民声、摸排短板、破解难题，可在不少基层场景中，这句走心的问询，往往只换来群众一句客套的“没问题”。看似千群和气、工作平稳，实则暗藏基层治理的隐性堵点，恰恰也是调研工作没有触及实情的真实写照。

基层是矛盾问题的聚集地，也是民生冷暖的第一线。政策落地的温差、便民服务的短板、群众生活的难题，从来不会凭空消失。群众之所以闭口不言、刻意附和，很多时候都是不敢提、不愿提、提了无用。这份沉默的回应，是基层干部沟通的隐性隔阂，也是调研形式化催生的误区。

很多时候，问题藏在了调研的

“表面流程”里。部分领导干部下基层，走走预设路线、看看样板点位、听听汇报话术，全程行程紧凑、流程固定，接触的是精心准备的场景，对话的是提前对接的人员。这种“盆景式调研”看似面面俱到、收获满满，实则浮于表面、脱离群众。面对匆匆而来、匆匆而去的调研，群众即便有烦心事、揪心事，也不愿当众直言。

更深层来看，“没问题”是基层不良风气催生的自我保护。个别地方存在“报喜不报忧”的惯性思维，认为暴露问题就是工作失职、反映难题就是考核扣分。基层干部层层铺垫、层层美化，把问题藏起来、短板遮起来，营造出平稳向好的假象。久而久之，群众摸清了其中门道，慢慢形成“多一事不如少一事”

的心态。说真话、提问题，不仅未必能解决问题，反而可能让基层干部被动承压，自己也容易落下“挑剔”的印象，索性以“没问题”敷衍作答。

常态化的“没问题”会积累成深层次的“大隐患”。调研的核心价值，在于精准发现问题、靶向解决问题、举一反三防范问题。倘若长期被虚假平稳蒙蔽，上级就难以掌握基层真实情况，政策制定容易脱离实际、精准施策容易出现偏差。小问题被反复掩盖，民生诉求长期积压，不仅会稀释群众的信任感，更会让细微矛盾不断累积，最终从小隐患演变成治理难题，贻误基层发展、损害民生福祉。

破除“没问题”的调研假象，关键要跳出“一问一答”的固定模式，真正沉下身子、放下架子。少一些预设路线、样板观摩，多一些随机走访、入户

谈心；少一些公开问询、制式问答，多一些私下倾听、暖心交流。摒弃“听喜不听忧”的片面心态，以包容的姿态接纳问题、正视不足，让群众敢开口、愿说话、敢较真。

知屋漏者在宇下，知政失者在草野。基层调研的初心，是察实情、解民忧、促发展。广大干部唯有打破形式壁垒、打通民心隔阂，不满足于表面的“没问题”，主动深挖背后的“真诉求”，以务实作风倾听民声、以实干担当破解难题，才能让调研走出形式误区，真正成为联通千群、破解堵点、赋能治理的有效抓手。



延河观澜



新华时评

玩具可以迷你 安全不能缩水

新华社记者 熊翔鹤

性能全面的“迷你摩托”、高温炒菜的“迷你厨房”、成人同款的少儿美妆……一些儿童玩具以“等比例缩小”的方式复刻成人世界的产品，看似炫酷好玩，受到孩子追捧实际却藏了隐患。

“早熟”的玩具，险在何处？记者调查发现，目前市面上部分“迷你摩托”与成人摩托外观、基本功能相似，极限车速却远超常规玩具车，甚至被一些孩子驶上公共道路；有些“迷你厨房”玩具配备电磁炉、燃料罐、锋利刀具和高温锅具，烫伤、划伤、触电等意外时有发生。

缩小的是尺寸，放大的是风险。小单板控制不了大马力，小脑瓜也难以应对突发状况。相比孩子尚未成熟的身心素质、反应能力和风险意识，一些儿童玩具的设计与玩法早已超龄超限。

打擦边球的玩具背后，是生产、流通、监管等多方责任的缺位。部分生产厂家和商家故意模糊产品属性，售卖时说是“亲子产品”“启蒙玩具”，不起眼的产品提示中却以“竞技车辆”“厨房教具”试图免责。有的产品还暗藏改装空间，企图钻监管的空子。加之社交媒体的大肆推广、夸大渲染，更让一些家长放松警惕。

拦住打擦边球的儿童玩具，并非阻止孩子健康成长，而是要守住安全底线，将安全作为儿童玩具的第一道标尺。厂家严抓质量安全，设计生产真正适配儿童身心健康特点的产品；平台要及时出手，该下架的下架，该处罚的处罚；监管部门补齐标准短板、严查非标违规产品，多方发力，协同织密安全防护网。

玩具可以迷你，安全不能缩水。生产合规、监管从严、平台尽责、家长留心，才能更好呵护孩子的平安与健康。

哪有什么“特供酒”，全是坑

新华社记者 赵怡宁 王希

国家对于“特供”“专供”标识的禁令早已有之。未承想，一瓶原液成本仅几块钱的勾兑假酒，装入带有“京总一号”“军台”“储备”等字样的包装，再经直播间主播话术忽悠，摇身一变就成了所谓“特供酒”。

6月12日，国务院食安办召开新闻发布会公布“特供酒”案件查处结果，这些“特供酒”消费陷阱重重，不仅破坏市场环境，更直接侵害消费者权益，损害党政机关和军队形象。

相关规定明确，严禁生产销售含有“特供”“专供”“内供”党政机关、军队等类似标识的酒类商品。近年来经过多轮专项整治，标明“特供酒”问题得到有力解决，但一些不法分子假借党政机关和军队名义，将毫无食品安全保障的假冒伪劣产品包装成所谓“特供酒”，演变出制假售假的“新变种”。

这些新型“特供酒”藏在直播间、朋友圈、二手平台销售。不让公开用“特供”“专供”，就改叫“储备”“京总”，同时配上“限量定制、内部流通”“肩上有星星的人才能喝”等营销话术。市场监管总局此次查实的7.52万箱“特供酒”，大多为食用酒精加香精勾兑冒充普香白酒。这种劣质假酒，最终卖出一箱499元的价格，扰市场、损民利、毁形象，危害不容小觑。

更为严重的是，作为销售主渠道的网络平台，对特供假酒明显管控不力，审核把关仍存漏洞，一些直播平台甚至为“特供酒”直播间提供引流服务。监管部门此次查处存在违法行为的平台企业7家，涉嫌销售“特供酒”的网店61家，涉嫌以营销话术诱骗消费者的直播间78个。有的直播间还向平台额外购买了流量，平台未能发现和制止。

线上不是法外之地，平台不能只赚钱不“守门”。从不久前的“幽灵外卖”到此次特供假酒系列案，接连曝出的线上消费安全问题，警示平台企业必须坚决压实主体责任，切实加强对入网商家、直播间、带货主播及交易活动的审核管理，真正保障好商品和服务质量。

对于以“特供酒”为代表的违规行为，监管端始终保持高压严打态势不减、综合治理力度不松，加大抽检监测、网络监测、随机抽查力度，严惩不法分子和问题平台。消费者也要提升防范意识，认清营销噱头背后的陷阱。各方同频发力，打造安全、放心、可靠的网络消费环境，那些形形色色的“特供酒”自然就会失去生存空间。

场景焕新，县域消费新势头

新华社记者 潘晔

端午将至，龙舟待发。广东超200项龙舟比赛串起“赛事+市集+食宿”的县域消费链条；海南定安把粽子做成“自贸港美食IP”，掀起文旅热潮。从龙舟竞渡、粽子飘香到赛事文旅，县域消费因场景焕新，活力蒸腾。

县域经济总量占全国GDP近40%，县域消费已成为扩内需的重要力量。真正点燃县域消费的“关键变量”，是消费场景的创新。消费场景不只是买卖空间，更成为唤起情绪、承载体验、激活需求的场所。如今，消费者更愿为在地文化的沉浸感、为一次独特的体验买单。新场景，让县域消费“燃”起来。

场景之所以成为“关键变量”，在于它能创造增量市场。浙江磐安，全猪宴、打年糕串起消费链；安徽潜阳，开在村史馆里的“老街村咖”用一杯咖啡把游客停留时间从1小时拉长到3小时，带火了旁边的铁锅灶……游客未必冲着美食而来，却被节庆氛围感染；一杯咖啡并不稀奇，但“抬头见山”的松弛感让人慢下来，还顺手带走几件土特产。这些场景从乡土和日常里长出来，才有旺盛的生命力。县域消费增长的背后，是文化传承与乡村振兴的同频共振。

场景焕新，离不开政策支撑。国务院日前印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》提出，实施县域商业提质增效行动；此前多部门发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》鼓励餐饮、物流下沉与场景创新；“小而美”场景评选、“商文旅农体酒”融合方案在多地加速落地，开辟新的消费赛道……政策接力为县域消费场景创新划出清晰路径。

也要看到，县域消费场景同质化问题依然存在。一些地方仍搞高度雷同的“明清一条街”；有的地方止步于“造一个网红景点”，难以把“一时热”转化成“一直热”。

县域消费的吸引力，在于让游客愿意再来一次的“理由”。把每个理由做成场景，把每个场景做出“留量”，县域消费就有了过硬的牌底。以场景创新为支点，县域消费必将跑出自己的节奏。

让“萝卜岗”“围岗”在阳光下无处遁形

朱浙萍

近日，两起破招招考公平的事件引发社会广泛关注。一则是宁夏银川金凤区事业单位招聘中，有考生违规组织“围报”，最终被取消面试资格；另一则是贵州大学在公开招聘中设置“其配偶应为我校在职在编优秀博士”等条件，被网民质疑为“萝卜岗”后仓促叫停。

所谓“围岗”，是指有人为了提升入围概率，盗用他人身份信息进行注册报名，人为制造报名人数众多的假象，试图吓退部分竞争对手。这种做法将公共考场变成“私人猎场”的做法，手段卑劣，不仅严重扰乱选人用人的正常秩序，更是对其他考生合法权益的粗暴践踏。更为严峻的是，“围岗”逐

渐演变成一条分工明确、利益共享的黑色产业链：上游有黑产团伙非法贩卖公民信息，中游有中间商转手牟利，下游有执行者批量操作虚假报名，背后更有培训机构推波助澜。面对如此乱象，必须依法追究各个环节参与者的法律责任，铲除这一侵蚀公平的毒瘤。

所谓“萝卜岗”，更是有违程序正义，为人们深恶痛绝。现在，有些地方为了更好地招才引智，确实会妥善解决高层次人才配偶的工作，帮其消除后顾之忧。不过，这不能成为突破规则底线的借口。将公共岗位与特定身份挂钩，搞“因人设岗”，直接违反了《事业单位公开招聘违纪违规行为处理规定》中不得“设置与岗位无关的指向性或者限制性条

件”的条款。

无论“围岗”还是“萝卜岗”，都是见不得光的勾当。“围岗”围的是私利，“萝卜岗”埋下的是信任危机。招聘考试本应是社会人才流动、普通人实现梦想的重要通道，绝不容许被任何形式的“暗箱操作”染指。一方面，必须加大惩处力度以儆效尤，让违规者付出沉重的法律与信用代价；另一方面，要从源头扎紧制度的“笼子”，从技术和监管等层面堵住漏洞。

须知，凡见不得光的勾当都是“见光死”，阳光、透明格外重要也十分有效。针对招考报名环节，应推进更科学的信息公开，引入人脸识别等生物特征核验技术确保人证合一，杜绝不法人员“钻空

子”；同时畅通投诉举报渠道，鼓励公众参与监督，让违纪违规行为无处遁形。对于确需安置的人才家属，与其挖空心思、量身定制虚假招聘，不如通过合法程序开辟“专项通道”，合理合规地执行并接受社会监督。

就业公平是社会公平的基石。让每一次招聘考试都在阳光下运行，方能守住千万求职者心中公平的底线，让真正的人才脱颖而出，让投机取巧者望而却步。



人民热评

每一次产业革新，都会伴随短暂的磨合与阵痛。所谓“油电之争”，也只是其中又一个缩影。面对“成长的烦恼”，最忌制造撕裂、拉踩引战。

——近期，新能源车是否应征收养路费的话题引发热议，甚至从政策探讨演变为油车、电车车主间的唇枪舌剑。人民网发表评论，相关政策是否调整、如何调整，不能拍脑袋、一刀切，既要专业测算、全局统筹、多方协调。面对适配性不足的问题，既要削足适履，为了迁就旧的而束缚新动能；也不能莽撞冒进，一竿子打翻旧体系引发剧烈波动。

多大的光环，都护不住安全漏洞；什么样的巨头，也没有违规豁免特权。

——近日，国务院安委会办公室联合三部委约谈一些企业主要负责人，直指企业安全责任制空悬、安全制度和现场管理“两张皮”。新华网发表评论，安全无小事，生命大于天。必须以“时时放心不下”的责任感抓安全，让制度落地、责任压实，杜绝敷衍塞责、表面文章，真正筑牢人民生命财产的安全防线。

只要把增收目标与游客通行权强制绑定在一起，都属于变相重复收费。

——近期，文化和旅游部点名整治多家5A级景区的摆渡车乱象。但部分景区整改流于表面，看似重视了、整改了，实则观念没变，更没有触及问题根本。《经济日报》发表评论，优质文旅的发展，靠的是内容深耕、服务提质、场景创新，而非层层设卡收费。以开放的姿态笑迎八方来客，才能留住消费，也能留住人心。

只有做到非法交易“买卖同责”，才能清理招生诈骗、治理招生乱象。

——又到一年招生季，针对高考“特招升学诈骗”，6月12日，公安部在发布会上提醒，考生和家长一定要提高警惕、擦亮双眼，严防上当受骗。《新京报》发表评论，招生公平是基本的教育公平、社会公平，打击招生诈骗，就需在追究实施诈骗者责任的同时，以“买卖同责”依法追究花钱“运作”的家长责任，以此强化家长的公平意识与法治意识，维护公平的招生秩序。



微评

家长“弄脏”孩子征信为哪般

王洪

近日，一则关于“家长为防网贷，故意让孩子征信逾期”的视频冲上热搜。

该家长在孩子18岁生日当天，特意用孩子身份证办理信用卡，制造征信逾期记录，只为故意“弄脏”孩子征信，旨在不让其沾染网贷。

这波“护子心切”的“神操作”背后，戳中了社会痛点。

不法网贷带来的不良后果，承受重压的远不止染贷的孩子。在现实生活中，经常听到一些大学生或社会青年因沾染网贷而深陷债务危机。一个年轻人一旦沾上不法网贷，会让一家人陷入泥潭，而悲剧的主角往往是家长，因为首当其冲、承压最重、最终兜底解决的责任主体，毕竟是孩子的父母。

家长将面对放贷人的暴力追债，承受经济和精神的双重碾压；一些家

庭将会被“贷”入深渊，甚至会严重影响家庭养老、看病等重要刚性开支。

毋庸讳言，不法网贷已成为当下社会毒瘤，严重侵蚀年轻人的身心健康，也催生了家长的集体焦虑。防网贷胜过防贼，而身处困境的孩子铤而走“贷”的心中之“贼”更是防不胜防。因而，忧心忡忡的家长不得不出此“下策”，有意制造征信污点，以污治污。

爆款视频引发热议。有业内人士分析，按照规则，小额征信逾期记录会保留五年，“也就是23岁之前，那些网贷App还有各大银行，(孩子)他通通没有资格办贷款。”视频中的这番话，道出的不是家长的“急中生智”，而是“解决焦虑”的无奈。

这款视频持续发酵，有家长对此做法竟表示认同，甚至有人还表示“会效而

仿之”，让人匪夷所思。

有意“弄脏”孩子征信的做法，看似“避坑”，实则“挖坑”。媒体报道中，律师认为，此举明显违反国家相关法律规定，属于冒用他人身份信息的违法行为；刻意透支信用卡并长期拒不还款，可能涉及信用卡违规使用相关法律责任；更有甚者，会让当事人出行、消费等受到种种限制，而当下部分大型企业入职，将个人征信报告作为参考依据，很可能让年轻人错失就业机会。

“弄脏”孩子的征信，虽然会让孩子在五年内暂时避开网贷之“坑”，实际上又为初入社会的孩子挖了N个坑，不仅让其生活和工作遇到诸多不便，还会让孩子陷入社会形象的认知错位和自我焦虑。

一句话，堵得住贷款渠道，却补不上



莫信不实网传

夏季已至，蚊虫叮咬令人不堪其扰，网上各类“防蚊大法”五花八门、神仙过海。其中，“吃大蒜可以防蚊”的说法，广为流传。记者采访传染病防治领域专家，证实此类说法站不住脚。记者调查发现，大蒜虽然本身气味浓重，但有助驱蚊这一点并无科学佐证。

新华社发 商海春 作



社会观察