

# 根治农民工欠薪贵在“政者有其为”

□ 李豪杰

## 海南观察

农民工工资，是农民工及其家庭的生命线。依法保障农民工获得劳动报酬，是各级政府义不容辞的责任。近日，省人社厅公布一批重大劳动保障违法案件处理情况；三亚市启动根治欠薪冬季攻坚行动；澄迈县发布致农民工兄弟的一封信公开信，喊出“如果被欠薪，快来找我们”的暖心话语……这让我们看到了根治农民工欠薪问题的主动作为，也彰显了全省各地依法保障农民工合法权益的不懈努力。

习近平总书记在主政浙江时曾

强调，解决农民工问题，关键在于“政者有其为”。在违法欠薪面前，为农民工撑腰做主应当成为政府的积极作为。这既关系执法为民的底色，又在一定程度上体现着社会治理的水平和温度。过去10多年来，集中整治农民工欠薪问题，已成为年终岁末各地的常规动作。这既体现了党和政府坚定维护农民工合法权益和社会公平正义的决心与恒心，又反映出农民工欠薪问题的复杂性和顽固性。农民工欠薪问题，根源在于劳务关系双方的不对等性。在由农民工和用工方形成的劳务关系中，农民工大多处于弱势地位。如何改变跷跷

板一头沉的问题？这就要求政府作为维护公平正义的第三方，积极介入由农民工和用工方形成的劳务关系，依法督促用人单位履行支付农民工工资的主体责任，保障法律法规确定的农民工权益得到保障。

依法根治农民工欠薪问题，与优化营商环境紧密相关。一方面，优化营商环境的目的在于不断解放和发展社会生产力，而生产力的核心要素是劳动者。承担无数具体劳动的农民工当然是生产力的重要组成部分。离开了农民工群体的具体劳动，企业经营和经济社会发展需要的高楼厂房、道路桥梁等都无法变成现实，很多项目

也就无法落地、建成。另一方面，对弱势群体的态度往往更能反映社会治理的温度。农民工欠薪问题能否得到妥善解决，不仅关系到政府部门的治理能力，更直接关系到一地的形象。

当前，我省正迎来项目集中落地和开工建设的高速发展期。这不仅需要我们拿出“店小二”的姿态服务好企业，同样需要拿出“一家人”的态度关心无数奋战在工地一线的农民工兄弟。在澄迈县给农民工兄弟的公开信中，我们就能感受到这种“一家人”的温暖和关爱。我们在任何时候任何情况下都不应忘记那些最直接的建设者，是他们用辛勤的汗水浇灌着我们

的梦想之花，是他们用有力的臂膀支撑着发展蓝图的实现。绝不能让农民工兄弟流汗又流泪，而要让农民工兄弟的心底像海南的气候一样温暖永在。这是共享发展的内在要求，也是有关“我是谁、为了谁、依靠谁”的初心之间的必然答案。

根治农民工欠薪问题，需要有所作为的能力，更需要有所担当的认识和态度。在发展的过程中，我们要从执政为民的立场守护好农民工的合法权益，使其通过积极参与与经济社会发展“蛋糕”的分配。这是在发展中保障和改善民生，让农民工在共建共享发展中有更多获得感的基本要求。

## 世事弹

### 别用生命博流量

□ 李萌

近日，湖南两名女子为提升某视频APP账号点赞数和粉丝量，竟突发奇想到铁轨上拍视频，当列车不断逼近时，她们仍在忘我自拍，幸好被衡阳铁警及时发现并救下。事情被媒体报道后，网友惊叹“为了红，她们连命都不要了”。（12月17日《央视新闻》）

自媒体盛行时代，通过网络平台各展其能，想方设法吸引关注，本无可厚非。但是为了达到流量目标，破坏公共秩序，罔顾法律法规，甚至用生命博关注，以无下限的行为方式制造所谓“爆点”，并自以为“标新立异”，试图收割流量红利，这无异于饮鸩止渴。近年来，因“出格”拍视频酿悲剧的案例并不少，前有号称“中国极限运动第一人”的吴永宁，在一场高空极限挑战直播中坠楼身亡；后有小伙拍跳水视频撞破头颅身亡，主播吃蜈蚣壁虎后身亡……与这些人相比，湖南这两名女子虽然侥幸躲过一劫，但生命安全“一失万无”，用生命做赌注，谁都“输不起”。

一个个别剧、闹剧的发生，一次次警示大家，“求关注”的同时千万别丢了理性。为“博眼球”不惜出位失格，甚至敢触碰道德和法律底线，传播一些危险、无底线、不健康、低俗甚至违法违规的内容，也许能获得一时的点击量，但这样的“低俗流量”是在用错误的言行“坑粉”“害粉”，迟早败光自己的好感度，甚至付出生命的代价。当新鲜感过后，只剩下难堪，这样的“博关注”注定没有未来。

其实，不难发现真正的“网红”，靠的绝不是哗众取宠、卖弄新奇。如古风美食短视频博主李子柒，让她圈粉无数的是那隐士般的田园牧歌生活；美妆卖货主播李佳琦吸粉千万，凭借的是他对口红的专业解读；同样，靠短视频爆红的现象级博主“papi酱”，正是因为拍摄的短视频幽默有趣而获得资本青睐。他们的脱颖而出，靠的是高品质的好内容；他们的长盛不衰，凭的是独具个人风格的品牌塑造。毋庸置疑，打动人心的好内容，才是吸引流量的不二法宝；能够满足人们对美好生活向往的好作品，更能在众多“网红”中拔得头筹。

追逐流量可以有，别以生命为代价。因为“走红”没有捷径，生命更不是“秀场”，观众和粉丝不会为悲剧“买单”。



## 乡村夜话

# 长效脱贫需“外引内育”

□ 唐龙波

- “看天吃饭”的传统农业生产模式日渐式微，现代农业发展已对从业者素质提出了更高要求。
- “土专家”“土老板”的成长，是脱贫攻坚智力扶持从“引进来”过渡到“扎下根”的体现，是实现乡村振兴的重要一环。

日前，山东省评出首批职业农民高级职称，共有11名“土专家”“土老板”等通过评审拟晋升职业农民高级职称，使得“农民评职称”成为热议话题。在笔者看来，乡村振兴中特别需要一批生于斯长于斯、富有专业技术水平的“土专家”“土老板”，激发出脱贫攻坚的潜力和后劲，变“要我脱贫”为“我要脱贫”“我能脱贫”“我会脱贫”，实现稳定脱贫的长效机制。

培育“土专家”“土老板”，将智力扶持从“输血”过渡到“造血”，就要摆脱对“造血”的依赖。现如今干部队伍、科技专家、企业老板加入到脱贫攻坚一线，带来新技术、新理念、新机遇，当地农民要充分发挥主观能动性，吸收消化新技术、新理念，抓住新机遇，提升种养殖技术，改变陈旧观念，将先进知识转换为致富能力，真正让脱贫长效“进化”到致富阶段。

特别是随着“看天吃饭”的传

统农业生产模式日渐式微，现代农业发展已对从业者素质提出了更高要求，只有掌握一定的文化知识、先进技术、营销手段等，才能应对市场、气候等不利因素，更好地解决“谁来种地”“怎么种好地”问题，为乡村振兴汇聚新动能。

在一些贫困山区、革命老区及欠发达少数民族地区，尤其需要通过传帮带的定向培养模式，培育起一批“土专家”“土老板”。当他们实现了脱贫致富，就能够起到示范作用，产生辐射效应，带领更多乡亲脱贫致富。比如，在笔者所驻的黎族山村，前几年外出读书的年轻人极少有人回村就业或务农，有些外来企业想找些临时工干些力气活都不容易。村庄“空壳化”现象严重，显然不利于产业引进、技术推广，导致智力扶持“输血”难见成效。为吸引中青年村民返乡，工作队和村委会在考察引进项目和企业时，最看中的

往往是企业带来的先进技术和就业机会，希望外出务工人员返乡就业的同时，也能学习掌握生产技术、营销策略，或者与企业建立合作关系，自主生产，逐步成长为“土专家”“土老板”。

“土专家”“土老板”立足本地本土，自身就是当地农村的生产主体，有着脱贫致富的内在需求。他们的成长，是脱贫攻坚智力扶持从“引进来”过渡到“扎下根”的体现，是实现乡村振兴的重要一环。

为了尽快培育成熟的“土专家”“土老板”，提升农村自身“造血”能力，去年8月，《海南省乡村振兴战略规划（2018—2022年）》发布，提出要坚持把人力资本开发放在首要位置，实施新型职业农民培育工程。加强农村基础教育和开展具有针对性的农村劳动力技能培训，同时顺应现代物联网技术发展趋势，加强电商、信息化等新型产业模式培训，积极引导和鼓励农民

创业、就业。

脱贫致富关键在于农民的自我主导。现在，随着扶贫工作的进一步深入，扶贫成果的进一步展现，在笔者驻点的乡村，不但“空壳化”现象有了较大改观，而且村民们学习劲头十足。村里的农业技术培训班每次都被村民们挤得座无虚席，村里有了第一个农民以土地入股的农业基地项目，第一个返乡大学生创业企业和品牌，上榜“首批全国乡村旅游重点村”名单……这些变化不仅有“请进来”的成果，还有农民自身在技能和意识上的“造血”发展，一个朝气蓬勃的“土专家”“土老板”队伍在日益壮大，正在从整体上提升当地生产水平，提高脱贫攻坚质量，乡村振兴的美好蓝图正在逐步变为现实。

（作者系白沙黎族自治县元门乡元门村乡村振兴工作队队长兼驻村第一书记 工作单位：南国都市报社）

## 图说辣论

### 有图未必有真相

脱贫攻坚贵在精准、务实。但在脱贫关键时期，仍有个别干部在扶贫工作中不正确履职，弄虚作假。例如，为应对验收检查，江西省萍乡市某县委书记总结出“过关诀窍”：某乡镇干部深入户调查便私自填写调查表，并冒充贫困户签名确认，附虚假照片应付了事……不获全胜，决不收兵！

承诺当前，仍有干部“走捷径”“钻空子”，把聪明和精力用在弄虚作假上，影响实在恶劣。形式主义、官僚主义，是脱贫路上的最大“拦路虎”“绊脚石”。对各类隐匿的虚假不实现象，必须从严追责、问责，同时，要加强监督力度，完善制度笼子，让形式主义、官僚主义无处遁形。（图/李英挺 文/张成林）

## 用“好差评”推动“好服务”

□ 向秋

政府部门做好服务是本职，服务不好是失职。建立政务服务“好差评”制度，有利于推动各级政府增强服务意识，转变工作作风，夯实服务责任，提升企业和群众办事便利度、获得感。“好差评”制度强化监督效用。政务服务好不好，不是政府部门自己说了算，而是由企业 and 群众说了算。“好差评”制度将政务服务质量的评判权交给了服务对象。办事企业和群众通过现场服务“一次一评”和网上服务“一事一评”，将满意或满意，以最直接、最明确的方式表达出来，形成有力的监督、督促机制。“好差评”制度不仅让企业和群众有地方讲实话，在办理业务时有信心，更可以倒逼政府改善政务服务，把政府推出的一系列便民服务措施真正落到实处。

“好差评”制度强化结果效用。《意见》明确，健全政务服务奖惩机制，将政务服务“好差评”情况纳入绩效评价，“对企业和群众评价满意度高的单位和人员，按照国家有关规定进行表彰和奖励；对在政务服务中反复被差

评、投诉，弄虚作假，故意刁难，甚至打击报复企业和群众的，依法依规严肃追责”。这就是说，企业和群众的服务评价绝非“不评白不评，评了也白评”，而是深有作用。评好、评差的后果不一样。评差，将会要求整改，健全完善制度，改进服务流程；获差评者还可能面临追责和惩罚。“好差评”制度促进工作人员把企业和群众的评价真正当回事，通过奖优罚劣充分调动工作人员积极性、主动性。

“好差评”制度强化公平效用。就如同在网上购物，商家可能遭遇到个别顾客恶意差评一样，政府工作人员也可能遇到恶意差评问题。对此，《意见》明确保障被评价人举证解释和申诉申辩的权利，建立申诉复核机制，排除误评和恶意差评。排除误评和恶意差评，保持评价的客观公正，可以使工作人员免遭冤枉、免受委屈，保护和激励其奋发进取、积极作为的勇气、锐气和正气。

综上，各级政府要用“好差评”制度推动形成“好服务”。

## 时事面面观

### 新闻背景

近日，国务院办公厅印发《关于建立政务服务“好差评”制度提高政务服务水平的意见》（简称《意见》），提出建立政务服务绩效由企业 and 群众评判的“好差评”制度。要求2020年底前，全面建成政务服务“好差评”制度体系，建成全国一体化在线政务服务平台“好差评”管理体系，各级政务服务机构、各类政务服务平台全部开展“好差评”，实现政务服务事项、评价对象、服务渠道全覆盖。

## “好差评”重在政务公开

□ 黄羊滩

政务部门一头连着政府，一头连着老百姓和市场主体。服务质量如何，老百姓是否满意，市场要素流动是不是顺畅，不能全由政务部门自己说了算，也不能没一个标准。“好差评”政策的出台，是一次巨大的进步。

在政务部门内部，一个“差评”，可能比很多多次内部改进方案都管用。政务部门的服务意识、制度设计、服务能力等，也会因此而得到较大提升。这是转变政府职能、打造服务型政府的题中之义。

事实上，一些地方已经率先开始了政务服务“好差评”的积极探索。今年8月初，上海“一网通办”的“好差评”制度上线，全市所有政务服务事项全部纳入评价范围。不论线上线下，企业和群众都可以对政务服务打分并留言点评。此外，广东、江苏等地也有类似的实践，公众乐见其成。

当然，好事也要办好。“好差评”制度能不能真正落到实处，成为督促政务部门改善服务质量，提升群众和

企业办事便利度和获得感的推手，还需从评价流程入手，从操作细节入手，从具体个案入手。

比如，要确保评价系统真实反映公众的看法，就需要进一步畅通渠道，让群众和企业方便地参与评价，也要有办法避免评价系统不被操弄。其次，群众和企业打的“好差评”，尤其是“差评”，是否应该向社会公开，有没有必要与其他现有考核评价制度契合，需要评估。如何保证“好差评”能真正促进政府部门改善服务，又不给基层增添不必要负担，需要权衡。这些都是国办文件中要求“用好评价结果”的内容，但具体如何操作，需先行规划，并在实践中不断改进。

说到底，政务服务“好差评”能不能真正发挥作用，避免沦为形式主义，关键在于切实推进政务公开。政务公开做得越好，开放程度越高，则信息就越畅通，政府与民众也才能实现良性互动。这样，政府服务的质量和水平会不断提高，办事的群众和企业也会更满意。（澎湃新闻）

## 观点撷英

### 莫把领导当游客

□ 周明

入村镇、进社区，看项目、听汇报……这些是领导干部深入基层调研，了解当地工作的重要途径。但部分地方为了应付领导调研，安排专人“紧急准备”“提前背诵”，导致调研现场呈现“景点”“秀场”的态势，本应介绍工作的汇报也成了当地“推销”自己的机会，需要深入互动了解时，一些汇报人的无从应答就会令场面十分尴尬。

领导调研不是走马观花看风土人情，关于接待和配合调研，一些地方显然是念错了经，错把调研当成旅游，也错把领导当成了游客，以为只要现场整洁有序、展板充足，甚至不惜代价“造盆景”就可以“顺利完成任务”。

这类现象的背后，不仅有当地工作不实的原因，也反映出一些基层干部抱有侥幸心理，是一种典型的形式主义、官僚主义。调研，必定是问题导向的调研，只有看到了真问题、听到了真声音，才能真正发挥调研的作用，为科学决策提供帮助。

同时，另一方面我们也应看到，当调研成为各级领导干部日常工作的重要一环时，作为领导干部也要多思考：是否每一次调研都是必要的？什么样的调研方式效果最好？

克服调研不良作风，避免“现场”成“景点”和“秀场”，需要及时发现和制止这类“四风”问题的新表现，从上至下找准调研中的位置和作用，以一竿子插到底的好风气和与时俱进的好方法“重塑”调研，让其真正发挥解决问题的作用。（陕西日报）

## 最热评

### 新闻背景

近日，两家视频平台为一部热播网剧推出“VIP付费超前点播”，让已付费的VIP会员再交50元，可以在更新日领先非会员6集基础上再多看6集。此举一出惹众怒，被追剧网友“怒”上了热搜：“交了会员费既要看‘专属广告’，还要高价点播，我们VIP的钱是大风刮来的吗？！”（李 辑）

## VVIP式套路不能惯

□ 秦川

影视剧制作需要资金投入，视频网站通过会员购买、广告售卖等方式获利本无可厚非。但对于VIP用户而言，购买会员就是为了能够提前看到更多内容，双方构成了消费契约，消费者的权益应得到维护。而VIP之外设置VVIP，额外掏钱才能享受超前点播，视频网站是在制造焦虑。在此前购买VIP的协议中是否有这个约定？如果没有标明，额外收费的行为是对消费者权益的侵犯。

VIP“专属广告”的质疑已沸沸扬扬，一些视频网站为何还敢于藐视用户权益？为何一再再而三地玩套路？究其原因，在此类消费的权益保护是否存在漏洞，值得社会各界和有关方面关注。

多年来，视频网站经历了“野蛮”生长的发展阶段，付费模式也渐渐被用户所接受。但一些网站便因此抱着涸泽而渔、焚林而猎的心态来运作，长此以往毁掉的恐怕不只是网站前途，还会殃及付费模式。对待用户缺少起码的尊重，这样的视频网站不能惯。完善权益保护，让侵权者付出代价才是治本之策。（人民日报客户端）


## 用户不是“唐僧肉”

□ 江德斌

用户交会员费成为VIP，本身就是冲着付费视频而来，如今平台来了个“费上加费”，还美其名曰“VIP付费超前点播”。这个收钱套路，不禁令人想起此前引起争议的“VIP专属广告”，二者都是让你花了钱还不省心，平台还继续“挖坑”，让你再多花点钱享受“高端服务”，俨然把VIP用户当做“唐僧肉”了。

经过多年的市场开拓，随着知识产权保护力度加大，消费者版权意识增强，逐渐认可视频收费模式，如今收费会员已经成为视频平台的主要业务。在今年6月份，爱奇艺会员数量突破1亿，其它重要平台也在快速接近，中国视频付费市场正式进入“亿级”会员时代，说明收费会员商业模式已然成熟，会员费收入占比持续提升。与之相比，广告收入占比呈现下降趋势，使得视频平台愈发依赖会员费的增长。

所谓“VIP付费超前点播”，就是平台在收入压力下诞生的“怪胎”，挟优质自制剧的热播效应，摸准用户想尽快追剧的焦虑心情，不惜向用户祭起收费“钢刀”，狠狠地收割一大波粉丝流量。殊不知，这只是短期利益，久而久之，则会令用户心生厌恶，自毁声誉，葬送前途。



更多精彩观点请扫码

（本版言论只代表作者个人观点）  
投稿邮箱：hnrblpl@163.com