

费时费力又费钱,当投票、点赞也成负担——

网络评比乱象何时休?



近年来,随着一系列严控评比政策落地,基层各种达标表彰评比活动已明显减少。不过,记者调查发现,目前,各种网络评比活动依然不少,有的地方通过各种形式要求基层公务员参与,甚至还发通知要求投票、点赞。一些企业也屡屡收到通知,要求赞助、参加并不情愿的评比排名,苦不堪言。

“最美”“最好”网络评选层出不穷,有地方发通知要求投票

只要看到“快点,全县人民转起来”这样的信息,就意味着又开始某项评比活动了。西部某省一位县委宣传部的工作人员反映,近年来,“最美”“最好”等评比层出不穷,花样不断。

多地基层宣传部门工作人员告诉记者,有些涉及当地的网络评比活动,会发通知对公职人员进行动员,要求下载App、关注公众号或使用小程序,每天上网投票、点赞。

记者日前在一个社区党员微信群里看到,一项“特色社区评选”的活动每天在群内刷屏。点开投票链接,是一个名为“群视频投票”的小程序,开发者为一家网络科技公司,界面上有各种广告推广。该项评选开始仅3天,已累计投票17320次,超过5.5万人次访问。

记者注意到,在各种各样的网络评比活动中,不少是自媒体、App等市场化平台策划、运作的。

西南地区某县融媒体中心公众号日前推送了一篇文章,内容是该县一帐篷营地参选“2020中国十大必睡·美宿评选大赛”。记者查看发现,该评选活动主办方是某文旅产业精品住宿高峰论坛组委会、某文化传播公司等市场主体。记者注意到,不少当地政府工作人员在自己的朋友圈、微信群转发投票链接,动员投票。

也有一些行业协会等在网上组织评比活动。“每年农资行业仅我知道的就有30多个关于企业的评比颁奖。”农资行业咨询专家、新华农大(武汉)科技有限公司总经理年介响说,这些评比多数没什么权威性,但碍于部分是协会组织的,有的企业还是会选择参加。

泛滥的网络评比费时、费力、费钱

记者调查发现,网络评比泛滥加重了基层和企业负担,滋生了形式主义和虚假作风。

多位基层干部反映,网上投票耗时费力,有的评比每天可以投10次票,每次间隔1分钟到半小时不等;有时每天“打卡”耗时在1小时以上。

记者发现,四川某市文化广播电视和旅游局的微信公众号动员参与的

寻找文旅新地标活动,每人每天每个榜单可以投10票。山东某市旅游发展和景区管理委员会动员参与的一项最喜爱的旅游目的地评选活动,每人每天可以给同一单位投5票。

除基层干部,一些企业同样感到困扰。部分网络平台、自媒体、公众号等争相策划各种评比活动,主要为了推广告,因此屡屡向企业收取赞助费、推广费、策划费。

“这两年,企业参加一次评选一般需要1万到5万元。”年介响说,今年8月举行的一场生物肥料产业发展论坛设置了“优秀企业”评选环节,“企业直接线上申请,交2万到5万元费用,就成‘优秀企业’了”。

多位企业人士介绍,现在不少评选成了一门“生意”,缺少监督、公信力,有的甚至直接邀请企业颁奖。

“交钱、授牌,牌子将作为景区推广的噱头,也是领导的业绩。”中部某地一个AAAA级景区的工作人员邱先生透露,该景区一年花十多万元参加一两个“性价比”高的评比,为做形象包装之用。不少景区则在每年的营销费用中专门准备一笔用于参加评比。

加强评比活动源头管理

一些基层干部直言,泛滥的不规范评比项目透支政府公信力,牵扯基层公务员的精力,令企业不堪重负,必须加强治理。

近年来,从中央到地方多次清查各种评比达标表彰项目,实行清单管理,效果明显。中国人民大学法学院教授刘俊海认为,此前的清理整顿,主要是针对政府部门组织的评选评比表彰,对当前兴起的一些网络评比活动尚缺乏有效监管。

刘俊海表示,一些政府部门和领导干部要转变好大喜功的“面子主义”政绩观,对评比活动要有研判,不能不计成本从评比中寻找本地、本部门的表面赞誉,更不能轻易发文件动员上网投票、点赞。

“严肃、权威的评比活动,才更有利于提升基层治理能力和企业的健康成长。”年介响说,现阶段有必要对一些评比项目加强源头管控,强化过程监管,做好规范和引导,提高评比活动质量;统筹考虑评比结果的应用,发挥评比的正向激励作用。

据新华社

超额投放、自行车道有待完善、管理压力大……

聚焦共享单车之“困”



在经历“野蛮生长”后,共享单车发展回归理性,行业逐步规范,但记者日前调查发现,超额投放等老大难问题仍未根治,基础设施建设和监管能力有待加强,推进行业可持续发展还在路上。

超额投放之风刹住了吗?

在安徽合肥一处共享单车停靠点,记者看到一名交通运政人员正在使用当地开发的验证小程序核验共享单车,将未报备的单车上传至市单车监控系统。

共享单车超额投放曾让合肥市容市貌承压。

“2016年,全市共享单车超80万辆,严重超出城市承载能力。”合肥市交通运输局有关负责人表示,之后随着市场环境变化和政府管理调控,单车逐渐减少,截至目前,共投放27万多辆单车。

自今年6月1日以来,合肥每天组织近200名交通运政人员扫码核验单车,共核验单车超100万台次,发现超45000台编码库外的违规投放单车。

多位受访者称,在部分地区超额投放已成为公开秘密。以北京为例,北京市交通委提供的材料显示,目前全市共报备共享单车84.4万辆,但多位业内人士告诉记者,北京实际投放单车超100万辆。

如何刹住超额投放之风?

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧说,监管部门既要根据城市各区域、点位用户通行需求,合理确定区域投放总量,也要引导企业做好单车高峰时段的快速周转和平峰时段的均衡分布,避免乱投乱放。

“目前行业已进入相对理性发展阶段,平台企业会考虑车辆利用率和财务收益率。”国家发展改革委综合运输研究所城市交通研究中心主任程世东建议,当前,政府部门应重点鼓励平台强化运维能力,完善骑行环境。

如何在刹住超额投放之时,保证老百姓的骑行需求?

对此,有专家建议,政府部门可以适当放宽对单车投放量的限制,鼓励企业较为均衡地投放单车,并在骑行高峰时段增强运维能力,最大限度满足市民骑行需求。

自行车道完善了吗?

随着我国社会经济快速发展,各城市小汽车保有量不断上升,城市规划中原本应该向公共交通倾斜的“路权”普遍被机动车挤占,自行车道网络的完整性和通达性破坏较为严重。

“共享单车出现后,自行车出行方式在部分城市短距离出行中快速回归。”交通运输部运输服务司二级巡视员孟秋说,目前,各地正积极推进自行车道建设,逐步改善骑行环境。

以北京市为例,近年来,全市累计优化自行车道超2800公里;整改影响自

行车道的停车位,目前已完成超2000个不合格车位整改。

然而,记者走访多地发现,自行车道被机动车挤占的现象还比较严重,车道普遍较窄,部分地区甚至没有自行车道。

“由于前期欠账太多,城市道路资源普遍紧缺,加之自行车道规划建设周期长,在骑行需求快速增长的背景下,骑行环境仍需大力持续改善。”孟秋说。

程世东建议,各城市应对现有的道路资源重新划分“路权”,优先确保足够宽度的自行车道,并连续成网。同时,要切实加强交通执法,避免自行车道被小汽车等挤占。

未来管理方向在哪?

交通运输部统计数据显示,截至目前,共享单车已在全国360多个城市投放运营,投入车辆达1945万辆,日均订单量超4570万单。

孟秋说,各地正在探索更加科学、智能的管理方式,比如广州在投放方面建立了招投标制度,南昌使用“蓝牙道钉”等新技术规范停放单车。

然而,记者在采访中发现,管理人手不足、部门协同不畅,仍制约着行业可持续发展。

“与路面上动辄数十万、上百万的单车相比,管理部门人手很有限,日常监管难度较大。”北京市一位管理部门工作人员说。

为了破解管理人手不足困境,部分地方如合肥成立了由城管队员、社区人员等组成的管理队伍,会同企业有序摆放单车,但由于缺乏体制化管理,实际效果有限。

共享单车涉及领域和管理部门较多,为此,国家层面建立了交通运输新业态协同监管部际联席会议制度,地方也探索建立多部门协同工作机制。

“但目前还存在齐抓共管效果不强、监管信息共享不畅、协调联动不足等问题,主要运营企业线下调度运维力量也有待提升。”孟秋说。

记者在调研中感受到,作为绿色出行的重要方式之一,骑行共享单车越来越受到欢迎,如何调动单车企业增强运维能力,完善骑行环境,关乎城市交通综合治理水平和老百姓“获得感”,还需政府部门持续发力。

孟秋称,下一步,将会同相关部门指导各地建立以交管部门为核心的多部门协同监管机制,深入落实《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》各项政策措施,促进共享单车规范发展。

据新华社