

治理小有成效 彻底解决仍需努力

——小南门大排档区域“脏、乱、差”治理系列报道之六

□本报记者 张诗诗 张纪耀

自市城市管理综合执法局对我市小南门外区域大排档“脏、乱、差”进行长效治理以来,小南门外大排档“脏、乱、差”问题得到了有效治理。不少市民发现:每当夜幕降临,胜利路南段至小南门外大排档许多经营者正在按照市政府要求进行自我清理,基本做到了灯箱、烧烤炉等经营用品“不下路”。但是,这仅仅是小南门“脏、乱、差”治理的第一步,要真正还路于民,除了继续开展长效综合整治以外,还需要一个长期的过程。冰冻三尺非一日之寒,要彻底解决小南门“脏、乱、差”问题,不仅需要广大市民的积极参与,而且更需要得到广大大排档经营者的支持。只有这样,才能最终解决问题。”

那么,小南门“脏、乱、差”问题,为什么这么

难以解决呢?昨日,记者在小南门及胜利路随机采访了部分市民。

建设西路一家经营羊肉汤的摊主王女士告诉记者,过去,小南门只有几家经营羊肉汤和牛肉面的,自从电影院大排档拆迁的大排档过来后,小南门一夜之间变得“繁华起来”。刚开始,大排档都很规矩,但不知从何时起,大排档越来越多,越来越不守规矩,一直发展到侵占人行道,进而侵占马路,甚至把灯箱、烤炉等也摆到了马路上。事实上,她们也反对经营者这样做,这不仅影响当地居民出行,更重要的是还影响交通,给过往市民带来许多不便。当记者问及如何解决这一问题时,她说,要真正还路于民,首先要考虑如何解决这些经营者的吃饭问题。如果不考虑这个问题,那么小南门“脏、乱、差”就很难彻底解决。其次,一个城市的夜市要有规划。在一个相对集中的区域内规划一个夜市,在夜市建起后再让这些经营者搬进去。前三年,政府免去经营者一切费用,给其一个宽松的经营环境。只要放水养鱼,经营者也是愿意到新的夜市去的。

另一位不愿透露姓名的经营者告诉记者,事实上,他们也想有一个干净的经营环境,但大家都往外摆,如果他不摆,生意就没法做成。他

们也知道大排档影响周围市民的生活,也知道影响了城市交通。但不经营,吃什么呢?如果政府想拆人行道大排档大棚,完全可以按照人家大城市治理的办法。那就是,拆迁和重新装修的店面或大棚,由政府出资60%-70%,经营者出资30%-40%,这样也可以接受。如果一厢情愿,而不考虑经营者利益,那就不好解决问题。

说起治理小南门,程先生这样认为,与其说是治理,不如说是改变。的确,政府管理最终目的是要改变小南门“脏、乱、差”的现状,让小南门的居民有个洁净的环境,让市民们不再承受“脏、乱、差”侵扰。程先生告诉记者,他也是经营烧烤排档的。以前,他也是跟其他摊主一样,尽可能地将摊位向路上“推”,因为担心放在别人后面会影响生意。他说,现在他们都把摊位统一摆在路沿石上,这样就没有前后之分,而生意却比以前更好。

在采访中,记者发现,很多经营者都不希望看到自己经营区域内是一个“脏、乱、差”的经营环境。经营大排档的张女士表示,胜利路也好,建设西路也好,都属于市中心城区的主干道,它的作用就是供市民们畅通出行。大排档在居民区集聚的区域经营,事实上,也给附近市民生活

带来了严重影响。谈起小南门外,她告诉记者,真诚希望早日解决小南门“脏、乱、差”问题,真正还路于民。但同时也希望政府在治理小南门外“脏、乱、差”过程中,千万不能干“三天打鱼两天晒网”的事。

编者语:我市小南门“脏、乱、差”长效治理实施以来,我们看到了成果,“治”与“不治”前后反差极大,目前小南门“堵”的问题基本上已经不复存在,百姓甚喜。经过总结,我们看到,小南门外区域能有如此改观,得益于市委、市政府的决心,得益于经营者们的理解之心,得益于市综合执法管理部门的苦心婆心,也得益于全体市民热切的关注之心。这样,我们在小南门综合治理工作中迈出了重要的一步。人们都说万事开头难,但“千里之行,始于足下”,既然有了这么好的开头,我们希望小南门综合治理的步伐继续迈下去,不仅仅局限于“堵”上。下一步,“扰”、“脏”、“差”等问题,将会随着执法部门的工作,一一攻克。虽然小南门综合治理系列报道从今天起将要告一段落,但本报仍将继续密切关注相关小南门综合治理的情况,一方面我们会及时向有关部门反馈民意,另一方面也会及时地让市民们了解执法部门的举措。

小南门应当是美食的名片

□李小然

经过各方的共同努力,昔日“脏、乱、差”的小南门,如今已经换了新颜。虽然不敢说是焕然一新,但起码是初见成效。这初见的成效至少说明小南门“脏、乱、差”问题绝不是不可治的顽疾,只要大家齐心协力并自觉维护,美丽的小南门、美食的小南门一定会呈现在市民面前,小南门也一定会成为信阳一道靓丽的风景线。

成绩值得肯定,问题依然需要解决。像任何一项工作的开展一样,治理过程中也会遇到“瓶颈”。如占道经营阻塞交通、垃圾遍地污水横流、摆放混乱有碍市容等问题,治理一时易,长期保持难。这就需要各方的协调配合与努力。对于大部分经营者来说,需要养成自觉卫生的习惯。比如,将污水垃圾倒入专门的桶内,将灯箱广告收起等。然而,还有一些问题,其中存在着某些不可忽略的客观因素。比如,商户们的店面过小,倘若在屋内烧烤,油烟很大,烧烤的同时,食客们便不能在店内就餐。因此,烧烤摊主常常将摊子支在外面。对待诸如此类的问题,管理者也应当考虑经营户们所遇的难题。

排档管理考验的是城市管理者的智慧。城市居民希望有能安居之处,食客们希望有享口福之所,经营者也希望有便于生意之地。如何当好一个服务型管理者,协调和解决其中的矛盾,为城市中的人们带来幸福和谐的工作和生活环境,并推进城市发展,是一件相当不易但极有意义的事情。这就需要管理者创新管理模式,创新服务方式,对于治理过程中存在的一些棘手问题,有想法、有办法,既能照顾各方利益,又能拿出切实可行的解决方案。

此次治理行动就是一个有效的证明。其中很重要的一点,就是赢得了大部分经营者的拥护,甚至有些经营者还反馈一些很好的意见和建议。就反馈看来,有些经营者也希望将小南门外区域治理好,但是碰到难题就望而却步。由于惰性便依照以往的习惯与行为继续维持原样等。虽说这是一项需要大家共同为之努力的行动,但不可否认,经营者们的配合是相当重要的环节。在此基础上,更重要的是管理者的管理。管理就是服务,因此,管理者更应承担思考如何为他们提供更合适的经营环境,更应考虑怎样为消费者提供良好的消费环境。在此前提下,对于个别不配合的经营者,对其动之以情,晓之以理。对屡次不配合、拒不执行的,该处罚的要处罚,该取缔的要取缔,严格执法、理性执法,绝不手软。亦可借鉴外地好的做法。比如北京、天津和广州等地已纷纷出台“夜市治理规范”。北京市规定露天餐饮场所必须远离居民住宅、学校等公共场所,不得露天烧烤等;天津鼓励有条件的单位拿出内部场所办夜市,并配备停车场、公厕、清扫人员等。

让小南门真正成为美食的天堂,并不是一个梦。但要实现这个梦想,可谓任重而道远。然而,为了建设魅力信阳,为了信阳明天的生活更美好,我们一定要把小南门打造成信阳美食的名片!

大众时评



龙潭茶叶公司在郑州赈灾义卖掀起爱心热潮



□本报记者 郝光文/图

继4月27日在信阳举行的“龙潭有情 茶人有义”大型赈灾义卖活动之后,5月4日上午,龙潭茶叶公司在郑州曼哈顿广场再次举行大型现场义卖活动,同时,把全国百店义卖活动推向新的高潮。

据了解,龙潭茶叶公司自4月27日

启动“龙潭有情 茶人有义”大型赈灾义卖活动以来,组建500人的专业服务团队,精心挑选了100万元的茶叶产品,100余家直营店同步展开义卖,引起了茶叶界及社会各界的积极响应和支持。龙潭茶叶公司营销副总经理朱绍德在现场接受新闻媒体采访时说,作为茶业龙头企业,龙潭茶叶公司多年来一直致力于各种公益事业和慈善光彩事业,以对社会强烈责任感,树立起热心公益事业的茶企形象。此次在信阳、郑州两地连续开展义卖活动,目的就是倡导茶企茶人在支持灾区建设中,树立茶人履行社会责任的良好榜样。5年来,公司先后在抗洪救灾、扶贫济困、捐资助学、村级帮扶、共建事业等方面共计向社会捐赠款物1000余万元。

护栏的“项链”丢了



□本报记者 杨柳文/图

“护栏上的铁链子怎么不见了?”前日,市民李先生在位于漯河

北岸、平南大桥北边的游园散步时,发现游园临河连接护栏的数百米铁链不见了。该游园紧临漯河,美观大方,既

可眺望平山塔,又能近观河洲柳,一直是市民和游客休闲游玩的好地方。然而,记者发现,除了临近桥头几节护栏锁链没遭破坏外,其他长达数百米的护栏锁链全都不翼而飞,白色栏杆上锈迹斑斑。据市民推测,锁链被人取走不是近期所为。“因为是铁制的、沉甸甸的,所以铁链被盗窃去的可能性很大。”经常来此晨练的陈大伟说。

采访中,市民和游客呼吁,相关部门在临河防护栏锁链丢失和破损后,应该抓紧修复,不然对游人的安全会造成危害。也有市民建议,将锁链护栏换成石刻的护栏,这样既增加护栏的美感,也提高了护栏的安全系数。

步行街“宽敞明亮”了

本报讯(记者 赵锐)

昨日,记者在中心城区步行街看到:原来堆积在道路中央的各类物品早已不见了踪影,店铺两旁,摩托车、自行车摆放整齐,整个步行街秩序井然。一位购物的王先生告诉记者,步行街这次真的变样了。

前段时间,由于中心城区胜利路步行街疏于监督,街道上的小摊贩随意摆摊,街道上的禁止标识几乎成了摆设。因步行街路口本来人流量就大,再加上摆摊的和三轮车等客车的三轮车,让这个本不宽敞的步行街路口变得拥挤不堪。

漯河区胜利北路步行街管理办公室副主任丁丽伟告诉记者,步行街是我市最繁华地带之一,每天都有大量市民前来消费,上级部门对步行街的管理工作一直很重视。自今年茶叶节以来,办公室针对步行街以往存在的文明现象,专门新增4名保洁人员,并配备巡逻车,对街面实行常态化管理。另外,为确保步行街交通畅通,办公室街道上的禁止标识几乎成了摆设。因步行街路口本来人流量就大,再加上摆摊的和三轮车等客车的三轮车,让这个本不宽敞的步行街路口变得拥挤不堪。

【市民备忘录】

43种纸制品不合格被令退市

沃尔玛上榜

近日,北京市工商局责令43种质量不合格的纸制品退市,沃尔玛自有品牌“惠宜”、“京客隆”、“美丽雅”、“妮飘”、“洁能”等知名品牌均在其中。

据北京市工商局介绍,工商部门近期委托国家纸张质量监督检验中心和北京市理化分析测试中心,对销售的纸制品进行质量检测,包括卫生纸、卫生巾(含卫生护垫)、纸巾(含湿巾)、婴儿纸尿裤(含纸尿裤/垫)、纸杯,共检出43种不合格产品。

纸杯的问题最多,多个样品纸杯存在掉色、使用时会严重变形的情况。沃尔玛授权湖南省维克奇纸塑包装有限公司生产的

“惠宜”冷热两用纸杯,杯身挺度、脱色试验均不合格,北京世纪银洁工贸有限公司的“洁能”一次性纸杯、“美丽雅”加厚型纸杯190型、“云娜”加厚纸杯的图案容易脱色,杯身挺度不够,纸杯倒入水或饮料后,端起来时会严重变形,影响使用。

针对市场监测发现的问题,专家提醒,消费者选购纸杯时最好购买外层无油墨印刷或印刷较少、纸杯。可用手在杯的两侧轻轻挤压,大致可知纸杯身挺度的好坏。如果纸杯在荧光灯下呈现蓝色,则证明荧光剂超标,应谨慎使用。

(吴名)

【社会资讯】

新赛季蔬菜集中上市,蔬菜价格下降

本报讯(记者 周海燕)近期气温逐渐走高,新赛季蔬菜也开始集中上市,我市的蔬菜价格整体回落。据信阳市商务局监测数据显示,上周我市蔬菜类平均批发价格为3.51元/公斤,较前一周价格下跌3.84%。在被监测的18种蔬菜中5种价格上涨,10种价格下跌,3种价格持平。圆白菜、油菜、芹菜、生菜、土豆、蒜头、茄子、青椒、冬瓜、苦瓜的价格跌幅在0.17%-39.66%之间,其中芹菜、生菜、冬瓜、圆白菜都在1元上下;持平的蔬菜品种有洋葱、生姜、辣椒。大白菜、白萝卜、西红柿、黄瓜、豆角有所上涨,涨幅为2.86%-50%。

监测数据显示,粮油及肉类价格下跌,上周我市粮食类平均零售价格为5.7元/公斤,较前一周价格下跌0.35%。其中小包装

大米平均零售价格为5.97元/公斤,较前一周价格下跌0.5%;小包装面粉平均零售价格为5.07元/公斤,与前一周价格持平。食用油平均零售价格为17.44元/升,较前一周价格下跌0.85%。其中大豆油、花生油、调和油平均零售价格分别为12.2元/升、26.62元/升、13.74元/升,较前一周均有所下跌。菜籽油价格与前一周持平;肉类平均零售价格为27.32元/公斤,较前一周价格下跌1.73%。

蛋类价格稳定。上周我市鲜鸡蛋平均零售价格为7.86元/公斤,与前一周价格持平。据市商务局人士分析,随着禽流感疫情的控制,人们对病毒的恐惧心理减弱,后期端午节即将来临,鸡蛋需求空间增大,价格将有回升的可能。

央视焦点访谈曝光“山寨货”:混淆视听 利润惊人

据央视《焦点访谈》报道,目前国内山寨产品泛滥,市场上存在很多和人们熟悉的知名品牌长相似似的伪劣饮料,如娃哈哈变成了“旺哈哈”、营养快线变成了“营养快线”、百事可乐变成了“白事可乐”、脉动变成了“脉劫”,山寨产品犹如寄生虫,坐享其成,不仅使用各种方法鱼目混珠,欺骗消费者,也让被山寨的厂家蒙受着巨大损失。

近日,四川李先生购买了一瓶“娃哈哈营养快线”,觉得味道不对,仔细一看发现是“旺哈哈”,生产厂家是湖南旺哈哈食品有限公司。记者在四川进行调查发现,市场上不仅有“旺哈哈”,还有许多其它和名牌产品长相类似的饮料,如旺仔变成“旺仔(zì)”,营养快线变成了“营养快线”,“五粮液变成“五粮”,百事可乐变成了“白事可乐”、“雪碧”变成了“云碧”、“脉动”变成“脉劫”、“康师傅”变成“康水傅”等,而且也不是所有的牛奶都是特

仑苏,还可能是“特仑特”。这些就是人们戏称的“山寨货”,不仅有喝的、吃的,日常用的也不占少数。知名洗发水飘柔变成了“漂柔”、洽洽香瓜子变成“洽洽香瓜子”;更有甚者,将一个字拆成两个字,雕牌洗衣粉变成了“周住”洗衣粉,999皮炎平一下倒过来成了“666皮炎平”;更为夸张的是有一些产品不仅包装被模仿,连代言人也是一并模仿生产。

那么,这些故意混淆视听,带有欺骗性质而生产出来的产品,其质量能有保证吗?记者把在市场上买到的几种山寨饮料送到了北京农业部农产品质量监督检验测试中心进行检测。在这些饮料包装上,标注的蛋白质含量大于或等于1。但是,检测结果显示,送检的三种饮料蛋白质含量均低于1%,最低为0.04%,即几乎不含有蛋白质。

扰乱正常市场秩序,本不应该在市场上出现。记者进一步调查发现,山寨产品能够销售的原因不仅是有些消费者被欺骗,有些消费者图便宜,更重要的因素是暴利使其得到了部分经销商的青睐。记者从一个商家了解到,比如,小瓶山寨营养快线每箱15瓶,售价50元,1瓶单价4元,一个月能卖上千箱。这种山寨营养快线从批发商那里拿货价是每箱22元,即每瓶山寨营养快线经销商所获利润2.5元。而娃哈哈的营养快线出厂价每箱45元左右,平均每瓶3元,零售价格4元,每瓶利润只有1元,与山寨产品利润相差两倍多。可以计算出,假如经销商每月卖出1000多箱山寨营养快线,利润就能达到4万元左右,而厂家的销售量和利润还可以大得更为惊人。

这些山寨产品不仅让消费者混淆,上当受骗,也使不少被山寨的厂家蒙受损失,这

几年知名品牌在保护自己知识产权上的投入越来越大,每年以20%左右的速度在递增,但是效果却并不明显。

其实,我国《反不正当竞争法》有明确规定,擅自使用知名商品特有的名称包装装潢,或者使用与知名商品近似的名称包装装潢,造成和他人的知名商品相混淆,使购买者误认为是知名商品的行为属于不正当竞争,有关经营者须承担相应的法律责任。专家接受记者采访时表示,这种不正当竞争表面上是仿冒商品,实际上是一种欺诈行为。

据了解,在国家工商总局的商标局网站上,“康师傅”、“周住”、“白事可乐”等产品都没有通过商标注册,有的连生产厂家都找不到。除这些违法厂家之外,记者发现还有一些山寨品是经过注册的,如山寨的营养快线,注册类别为豆奶或牛奶替代品,实际生产的就是牛奶,只在标签上标名为豆奶。而用类似手法注册的山寨产品还有很多。针对这种情况,专家表示,这主要是钻了法律规定的空子,有一些与知名品牌生产同样产品的山寨厂家,使用类似名称,目前都可进行注册。工商部门应该加强监管,法律应逐步完善,使这种山寨行为得到严惩。

(据人民网)



近日,天气不冷不热,每逢假期或周末出去旅游成了不少人的休闲方式。有些人把喝过的矿泉水瓶子、饮料盒等随手扔到山谷里、岩石缝中,工作人员清理的时候非常困难。图为灵山景区内一处山泉处进行自助烧烤的游客,泉水里到处都漂浮着被随手扔掉的垃圾。

本报见习记者 李秋艳 摄