

“抹不开面子” 往往容易 “丢面子”

□孙娅楠

在日常生活中，面子是人与人交往中维护尊严与体面的一种心理需求，大多数情况下，要面子无可厚非。但对于党员干部来说，如果在制度、纪律和原则问题上“抹不开面子”，往往容易“丢面子”。面子一旦被扭曲异化，就会成为腐蚀党员干部的糖衣炮弹，成为违规违纪行为的遮羞布。

习近平总书记告诫广大党员干部，守住拒腐防变防线，要从小事小节上守起，深刻指出：“有的人认为，吃吃饭、喝喝酒是人情世故，觉得抹不开面子。”这精准戳中了部分党员干部思想上的“软肋”。从近期中央层面深入贯彻中央八项规定精神学习教育工作专班、中央纪委办公厅公开通报的数起党员干部违规吃喝、严重违法中央八项规定精神典型问题来看，当“抹不开面子”成为党员干部触碰纪律红线的托词时，其结局只能是让自己不仅丢面子还会“丢官”。扭曲的“面子观”，只会使党员干部在不知不觉中突破纪律底线，与初心本念愈行愈远。

现实中，“抹不开面子”不只在违规吃喝方面表现突出，其他方面也有所显露。比如，在项目审批时，有的干部觉得“抹不开面子”，对熟人或利益相

关方的违规项目大开绿灯；在政策执行中，有的干部为了面子，对亲友或本地企业的违规行为视而不见；在人事任免上，面对打招呼推荐的不合格人选，有的干部觉得不好驳面子，于是降低标准，让能力不足的人上岗；等等。凡此种种违规违纪现象，背后都有“抹不开面子”的心理作祟，必须下大气力对这种错误认识行为加以整治。

要弄清楚什么才是真正的面子。“人民的樵夫”廖俊波，面对各种人情请托，始终坚守底线。与廖俊波认识多年的詹树强说，“他刚到政和就对我说，咱们是老乡，如果有人通过你找我吃饭，你千万不要叫我。”一个从小一起长大的玩伴想请他帮自己办事，廖俊波严词拒绝；对方又请廖俊波的父亲说情，还是被他回绝。廖俊波把全部心思都花在推动地方发展、为群众办实事上。他不幸离世，送别的人群将他家前后数十里的街道挤得水泄不通。廖俊波的事迹生动诠释了，党员干部真正的面子是群众的信任和爱戴，是凭借清正廉洁、干净做事赢得的尊重，是在亲近群众、联系群众中收获的信任，是在履职尽责、为民谋利中得到的肯定。不断提高人民群众的获得感、幸福

感、安全感，才是党员干部应该追求的面子；群众脸上的笑容、口中的称赞，才是党员干部最大的体面。

要敢于破除“抹不开面子”的顽疾。习近平总书记指出：“有什么抹不开面子的？是遵规守纪重要，还是人情往来重要？这个问题都想不清楚，还能干什么事！”党员干部必须从思想上正本清源，时刻牢记自己的身份和职责，拉满信念之“弓”，绷紧纪律之“弦”，把纪律和规矩挺在前面。面对违规吃喝的邀请，要敢于说“不”；面对违规的请托，要严词拒绝，不要被所谓的人情、面子绑架。同时，各级党组织要履行主体责任，对党员干部加强教育引导，通过常态化的纪律教育和警示教育，帮助党员干部树立正确的价值观。

“抹不开面子”，往往容易“丢面子”，这是无数案例印证的道理。党员干部必须引以为戒，从小事小节做起，从推掉一顿违规的宴请、一杯不该喝的酒做起，从拒绝一次违规的请托做起，真正维护自己的尊严与形象，赢得群众的认可与信赖，守护好自己的面子，更加守护好共产党员的面子。

来源：人民日报客户端

透过“长安的荔枝” 看农产品新气象

□乔金亮

一方面，在生产端发展“平台企业+农业基地”“生鲜电商+产地直发”等新模式，畅通农产品上行通道；另一方面，在消费端推动冷链物流向中小城市和县域下沉，鼓励各类企业共建共用冷链设施，方便消费者。

正在热播的电视剧《长安的荔枝》引发人们热议。在剧中，公元755年，长安城李善德接到任务，要在贵妃生日前，想方设法从岭南运来新鲜荔枝。现实里，2025年夏天，正值荔枝上市旺季，广大网友吃着新鲜荔枝轻松追剧。时光流转，昔日王公贵族独享的荔枝如今已是人们的时令水果，而且品种更丰富、运送更快捷、保鲜更持久。

“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来。”其实，杨贵妃吃的荔枝究竟产自哪里，尚无定论。除了岭南地区，四川泸州、重庆涪陵等都有可能。杜牧、苏轼等写的诗词恰是广告词，历经千年，人们对荔枝另眼相看。我国荔枝产量占全球的60%，不同产区的味道也不相同。如今，妃子笑这个品种已不能代表荔枝的全部，冰荔、观音绿、巨美人、井岗红橘等诸多优质品种让人目不暇接。

一块广告牌背后的守信践诺

□韩春瑶

以公平公正对待每一个经营主体，以敬畏之心履行每一份承诺，这便是良好的营商环境，也是更持久的城市竞争力。

6月21日晚，“苏超”赛事激战正酣，常州队坐镇主场迎战南京队。赛场边，一个烧烤店的广告牌与多家知名品牌并肩而立，引来众多网友热议。

这块广告牌来自一家普通的街边烧烤店，是本场比赛中唯一一家个体工商户赞助商。没有宣传标语，没有企业标识，仅仅是一个简单直白的店名，在赛场上甚至显得有些“格格不入”。

据媒体报道，在“苏超”举办初期，烧烤店负责

人看到常州赛区招募合作伙伴的通知后，抱着试一试的心态提交申请，“没想到审核通过了”，赞助费用也不算高。随着“苏超”赛事热度不断攀升，越来越多知名品牌前来谋求合作，赞助金额也水涨船高。不少网友评论：“这家烧烤店赚了。”

其实，“赚大了”的不只是烧烤店，还有常州这座城市。一块赞助商广告牌，不仅展现了一家小店支持竞技体育的朴素愿望，更折射出一座城市对信用的坚守、对秩序的尊重。

传统印象中，赛事赞助商大多是实力较强的知名品牌，但常州赛事组织方并没有因为烧烤店规模小、名气低而将其拒之门外。这种开放胸襟，是护航经营主体健康发展的活力源泉。随着赛事渐热，“苏超”

商业价值飙升，赞助门槛提高，组织方依然为这家小店留住了展示C位，这种守信践诺尤为可贵。

信用是市场经济的基础，也是竞争软实力的重要体现。烧烤店的广告牌，蕴含着地方优化营商环境的深层思考——良好的营商环境，在于对每一个经营主体一视同仁。

当前，有的地方在招商引资或助企服务时“重大轻小”，这样不仅会损害政府公信力，也不利于地方经济长远发展。谁能在守信践诺上“上大分”，谁就能赢得经营主体的长期信任。

以公平公正对待每一个经营主体，以敬畏之心履行每一份承诺，这便是良好的营商环境，也是更持久的城市竞争力。

来源：《人民日报》

毕业典礼上，食堂阿姨的叮嘱为何让人感动？

□小鱼

“外卖虽然方便，总不如自己做的营养健康。熬夜加班的时候，别总拿泡面凑合……”工作压力再大，学习再忙，都要好好吃饭。”最近，在延边大学2025届学生毕业典礼上，食堂阿姨刘晓梅的发言，让现场学生数次泪目，也感动了万千网友。

一位食堂阿姨的叮嘱，为何有这么大的感染力？因为她的话语里充满了最真诚的感情。阿姨提到了同学们第一次进食堂时希望“多来点米饭”；提到了深夜为考研学子加菜；提到了有同学吐槽恋爱的烦恼。这些都是生活中看似不起眼的细节，但阿姨之所以记得清清楚楚，显然还是因为有对同学们的关心和不舍。

这也正是刘阿姨的发言最可贵的地方。这些年来，社会对于高校毕业典礼的关注度越来越高，因为常常有大学校长、知名学者会在典礼上作非常精彩的演讲。他们都有渊博的学识、开阔的眼界，因此也总能说出许多令人难忘的“金句”、许多发人深省的哲

理。尤其是现代社会环境日趋复杂，在充满不确定性的当下，同学们都希望能从中得到一点“方向”和“启发”。

有时候，脚踏实地的生活细节和仰望星空的高深理论一样重要。大学教育的意义，不只是学到知识和技术，也应该是学会怎样成为一个“更好的人”。就此而言，食堂阿姨或许不懂学术，却可能是最懂同学们日常生活中喜怒哀乐的那个人。她所能提供的，也不只是食堂里的饭菜，更是用行动告诉年轻人，应该怎样去好好生活，又应该怎样去关心、爱护身边的人。这同样是大学教育中不可或缺的重要一课。

正因如此，我们不光应该为刘阿姨质朴、真诚的发言点赞，也应该为延边大学的“格局”点赞。高校毕业典礼当然应该有最郑重的“仪式感”，但也不应该缺少了对于普通劳动者最基本的尊重。食堂阿姨也许只是校园里一位普通的工作人员，但一所大学的发

高考志愿填报值得托付于谁

□莫洁

各地高考陆续放榜，考生和家长无缝衔接进入另一场激烈的竞争：志愿填报。毕竟，考得好只是第一步，关键还得报得好。尽管官方志愿填报信息服务系统可提供相关个性化筛选及政策解答服务，仍有不少考生“一掷千金”，将此人生大事托付给相关机构或个人。

客观地说，新高考改革后，志愿填报确实更复

杂了，容易让人陷入选择焦虑。不少考生和家也担心，信息差的存在会让自己处于劣势，并寄希望于市面上的专业填报服务弥补这点，帮助自己找到“最优解”。

只是，结果大概率会事与愿违。且不说这些所谓的高考填报服务鱼龙混杂，稍有不慎就会踩雷“掉坑”，就算有幸选中了良心商家，以当下的就业数据

等为主要参照做出的决策，不一定在四年后仍能导向一个比较理想的结果。

人生路漫漫，正如一考无法定终生，大学志愿填报固然重要，但也并不必然就会彻底改变人生。与其执着于一个最佳答案，不如适当放轻松，听从自己真实的心声。

来源：光明日报客户端

在河北迁安市天津城小区，每栋楼有两部电梯，物业公司将其一部从地下车库上楼的电梯装上梯控，需要刷卡才能使用，没有交物业费的业主不能使用电梯卡。近日，该小区物业公司负责人在接受媒体采访时称，物业费包含了电梯维修费和能耗费，装上梯控是为了保护电梯，降低损耗。迁安市住房和城乡建设局一工作人员表示，如果取消梯控，会有缴费业主认为损害了他们的利益，此事陷入两难。

甲方：用电梯拿捏业主，太粗暴

□史洪举

当下，物业公司与业主之间难以调和的关系，以及业主拒缴物业费、物业服务不到位等问题，一直是困扰各地的顽疾。

不可否认，物业费收缴率过低是物业公司最为头疼的问题之一，也是影响物业服务质量的重要因素。为此，不乏物业公司在催交物业费时“奇招”频出，安装梯控系统，只向缴纳物业费的业主发放电梯卡，便是其中之一。但此举粗暴且违法，应予叫停。

自由进出小区，顺利回家是房屋所有人行使居住权的应有之义。电梯作为建筑物的共有部分，其所有权和使用权依法属于全体业主共有。物业公司作为服务提供者，其职责在于维护电梯的正常运行，而非对电梯使用进行裁决。而门禁卡、电梯卡也是物业管理的重要内容，对防止陌生人随意出入，提升小区安全和业主舒适度有着重要作用。但其不能成为物业公司要挟业主，以此催交物业费的工具。

根据民法典，物业服务人不得采取停止供电、供水、供热、供燃气等方式催交物业费。限制电梯使用同理，不可取。物业公司的这种做法不仅是霸道和野蛮，更是侵犯业主权利的违法行为。

当然，物业可能也有自己的苦衷。如很多业主以各种理由不交物业费，导致物业无法正常运营、物业服务不到位，进而又导致更多业主不满，拒交物业费，陷入恶性循环。

但无论如何，都不能以拒发电梯卡的方式催交物业费。要知道，物业公司和业主之间是服务关系，不是管理与被管理关系。业主不按时按约交纳物业费，物业公司可以通过法律途径解决，如果被判败诉的业主依然拒不缴纳费用，则可由人民法院采取列入黑名单、罚款等方式予以惩戒。放着正规法律渠道不走，非要剑走偏锋，就好比保姆、管家催要工资时，将雇主堵在门外一样，于法于理都是说不通的。

对此，相关部门理应有所作为，及时叫停物业的类似做法，必要时还应依法惩处，倒逼物业认清自我，回归服务本位，不要肆无忌惮地凌驾于业主之上。

乙方：不能纵容拒缴费者“搭便车”

□乐 然

从当地住建部门的整改通知书，以及多地类似案例的处置来看，催收物业费与电梯使用权的确不能挂钩。

按律师的建议，物业公司和业主之间是服务关系，如果业主不能按时按约交纳物业费，物业公司可以通过法律途径解决，但其无权利用门禁、梯控等措施逼迫业主交费。

然而在人们的朴素认知里，“老赖”就不应该享有与普通人同等的权利，近年来司法实践中对“老赖”作出种种限制，其理法就在于此，人们无不拍手称快。回到小区物业管理的话题，对拒缴物业费者亦同此理。尤其对于广大按时缴纳物业费的业主而言，他们更是对物业公司安装梯控的行动喜闻乐见。

物业公司固然可以通过诉讼追讨欠费，其间所耗费的时间成本与经济成本也应当由物业公司承担。但在欠费成功追讨到账之前，电梯高昂的运行费用、维保成本该如何筹集呢？难不成让积极缴费的业主再多交一些？

显然，若不采取手段约束欠费行为，对于那些恪守契约、按月缴费的业主而言，无疑构成了另一种制度性不公。当部分业主长期拖欠物业费却仍能无差别地享受公共服务时，实质上就是守规者在为违约失信者买单。长此以往，会挫伤缴费业主的积极性，进而在广大业主中产生“别人不交也能用，我为何要交”的破窗效应。

物业的“控梯”确是下策，但其背后折射出的，又何尝不是因缺乏有效、公平的欠费追缴机制，守约业主被迫承担制度漏洞成本的无奈现实？

要终结侵权对抗欠费的恶性循环，需要跳出“违法却无奈”的死胡同。为此，不妨探索物业费资金第三方托管机制，由业委会按服务考评结果向物业公司支付费用；推动业主信用体系与物业费缴纳挂钩，让恶意欠费者承担相应后果；建立物业服务质量评价平台，为费用争议提供客观依据，等等。

总之，必须让失信者受惩、尽责者得偿，才能让责任归位、沟通有效，最终走出物业管理“服务差—不缴费—服务更差”的怪圈。

来源：广西云-广西日报

已异化为“二次门票”？给景区摆渡车乱象踩刹车！

□江德斌

近日，有网友在社交媒体上反映，海南省三亚市崖州区南山景区从停车场到景区入口处的接驳车，对每位游客收费10元不合理。对此，崖州区组织旅游相关部门现场核查。随后，停车场到景区摆渡车收10元的话题冲上微博热搜，引发网友对景区摆渡车设置是否合理的关注与探讨。

在旅游市场持续升温的当下，摆渡车本应是提升游客游览体验、优化景区交通管理的重要一环。然而，现实中的摆渡车乱象不仅涉及管理问题，还折射出部分景区缺乏公共服务意识，“变相硬性要求坐车、高价搭车”等情形严重影响了游客的消费体验感。因此，亟须扭转景区经营思维，推动景区摆渡车回归公共服务属性。

从实际情况看，许多景区将摆渡车外包给第三方公司运营，同时景区大门刻意远离核心景点，使得车票与门票捆绑销售，这些做法就是将公共服务商品化，把基础交通服务当作“二次门票”。例如，一些景区摆渡车的单程收费，远超一般城市交通的合理定价，不啻是在借势“宰客”，也是对游客权益的公然漠视。

景区摆渡车的乱象，实质是商业利益与公共服务的博弈失衡。当前，部分景区尚未摆脱对门票、车票经济的路径依赖，过度关注短期经济回报，而忽视了游客体验这一旅游业发展的核心要素。诚然，景区需要合理收益维持运营，但将摆渡车异化为创收渠道，无异于杀鸡取卵。游客的旅游体验是景区最珍贵的无形资产，当摆渡车上的抱怨声取代了山水间的赞叹声，当“最后一公里”的服务短板消解了美景带来的好感，景区终将为付出代价。

重构景区摆渡车的服务本质，管理者需在全球旅游的基础上，构建“大景区、大服务”的认知观，重新审视公共服务的价值属性，将摆渡车定位为提升游客体验的配套设施而非营利工具。一方面，景区不宜将停车场设置于离核心景点太远的地方，除了需要保护自然资源的情况之外，应尽可能缩短旅游观光距离，减少游客乘车、中转消耗的时间；另一方面，要将景区摆渡车线路规划和景观设计深度融合，使其成为串联景点、展示文化的流动风景线。

针对景区摆渡车收费过高，需建立透明定价机制，科学制定摆渡车定价标准，并限定车票总价不得超过景区门票的一定比例。另外，须严查强制购票、捆绑销售等行为，杜绝景区故意设置“软性门槛”，将车费异化为“二次门票”，让游客额外花钱。

旅游经济是“体验经济”，更是“口碑经济”。当景区摆渡车不再成为游客之痛，当景区的每个细节都传递着善意与温度，那些从起点到终点的美景，才能真正成为人们心中美好的旅行记忆。来源：广西云-广西日报

◆观点碰撞◆

不交物业费者不能使用电梯卡，妥否？