

头条评论

政务信息公开还要问需于民

□刘振

各部门单位公开政府信息情况如何?政府部门网站是否长期处于“沉睡”状态?日前,“中国德州”开通专栏.4月至12月将对列入2015年度政府信息公开工作考核的13个县(市、区)政府和60个市有关部门政府信息公开工作开展社会评议活动,广泛收集社会各界的意见(详见本报4月8日C02版)。

政务信息公开,这是老生常谈的话题,其重要性不言而喻.要知道政府信息涵盖全社会信息的八成,既是公众了解政府行为的直接途径,也是公众监督政府行为的重要依据,这从根本上决定了大力推进政府信息公开的重要性。虽然近

几年政务信息公开的力度和实效可圈可点,但并非所有的政府网站都是“打开天窗说亮话”,不少政务网站却是“犹抱琵琶半遮面”,信息量、互动性、更新率等尚不能让民众满意。政府信息公开接受社会评议,好评差评都由民众来定,这是政务信息公开大格局里的一步好棋。

信息爆炸的时代,不少部门单位仍以“黑板报思维”办政府网站.打着信息公开的旗号,实则是大唱“空城计”,所谓的政务微博和官网都只是“面子工程”。有的政府网站长期“不洗脸”,内容形同虚设;有的长期处于“沉睡”状态,两三年不

更新;有的干脆对市民反映的问题“装聋作哑”、“石沉大海”,服务功能无从谈起.如此政务信息公开,无异于堵塞了百姓与政府沟通和表达诉求的重要渠道,仅仅为表现政府亲民的姿态,却没尽到服务民众的职责。

今年4月至12月,德州将对列入2015年度政府信息公开工作考核的13个县(市、区)政府和60个市有关部门政府信息公开工作开展社会评议活动,广泛收集社会各界的意见,评议结果将在年终进行公示.新政一出引来一片赞誉,既合理运用了用户体验至上,让用户来评价的互联网思维,对各个部委

办局的政务信息公开情况进行监督,又进一步树立了服务型政府形象。

政务网不是新闻网,利用网络公开政务信息的根本目的是借助信息化技术更方便地服务民众.这就很好理解,实用性理当是政务网站的必备特质,所以在推进政府信息公开过程中,应该坚持问需于民,严防部门网站“沉睡”状态,同时通过社会评议多听听市民想要什么信息,进而依据民众需要对信息公开的方式、内容进行完善.唯有如此,才能不断提高政务公开的社会效益,民众认可度才会不断提高。

精彩微博

朋友圈腐败

@财经杂志

社科院廉政研究中心副秘书长高波认为,权力过于集中,公权力边界不甚清晰,官员自身“底线”意识不强,衍生出了不正常的政商关系.有专家认为,建立全流程的预防腐败监督机制和官员财产申报制度,是防止“朋友圈”异化为“腐败圈”的有效之策。

踢猫效应

@投资界微博

老板骂你,你很生气,于是回家跟老婆吵架,刚好孩子回家晚了,妻子又打孩子……现代社会中,工作与生活的压力越来越大,导致人的情绪变坏,潜意识会驱使你选择下属或无法还击的弱者发泄.越来越多的人已经加入到“踢猫”的队伍中.你是这样吗?

吃的时代

@搞笑E时代

中国人离不开“吃”:谋生叫糊口,岗位叫饭碗,受雇叫混饭,花积蓄叫吃老本,混得好叫吃得开,沾女人便宜叫吃豆腐,女人漂亮叫色色可餐,受人欢迎叫吃香,受人照顾叫吃小灶,不顾他人叫吃独食,受到伤害叫吃亏,女人嫉妒叫吃醋.这是大家一见面就问“你吃了吗?”的缘故。

一家之言

120装计价器装的是明白消费

□王乐伟

据报道,今年,德州市急救出车年底全部实行打表计价,抢救、治疗等费用按标准收取,并向病人出具收费明细.自2012年底德州市区试行120打表计价后,再次大范围推行.此举一出,值得大家为之点赞。

因为医疗资源紧张,医疗水平相对比较落后,目前德州仍跟多数城市一样,对120急救车提供的是有偿服务,公民遇

危遇险求助急救车,要支付相应费用.由此,一些因为利益问题而产生的投诉和纠纷常常见诸报端.这让人们对120急救车该不该收费、收费标准等问题产生疑虑。

很显然,要消除疑虑,有合情合理的收费标准是很有必要的,计价收费就是如此.德州推出的120急救车打表收费,规定10公里起步价20元,

超过10公里的按每公里加收2元核算的收费方式,明明白白,清清楚楚,让病人没有了疑虑,自然也就没有了投诉和不满。

根据试行经验,德州最初试行120打表收费,三个月零投诉.当然,并不是说出台了新规,一切问题就都迎刃而解了.统一收费标准,统一收费办法,只有严格执行、有效落实,以往

急救车“乱收费”的现象才能得到有效遏制。

医院救护车向市场上的出租车学习,实行打表收费,这是一种值得肯定的进步.但是如果可以,在未来的运行中,推行成熟后再多融入社会公益性,在收费标准上,本着减轻患者负担的原则,坚持低廉收费,让利于民,相信可以实现更大的社会价值。

夏津县农信社扎实开展贷款营销攻坚活动

今年以来,夏津县农信社紧紧围绕提升信贷管理水平和经营效益两个主线,通过划分责任区域,开展走访营销、完善督导体系等措施,扎实开展贷款营销一体化攻坚活动。

深入贯彻营销方案要求.一是加快走访调研.针对辖内贷款营销进度及信贷业务实际运行,对辖内特色种养殖、加工户、非涉棉企业进行走访调研,形成贷款投放总体规划.二是全面进行动员.召开由班子成员、部室经理、信用社主任贷款营销督导会议,对贷款营销一体化活动进行传达和部署,并重点解读了该活动方案,使各级明晰岗位职责.三是强化督导落实,加大通报频

次,确保活动顺利开展。

全面铺开营销攻坚活动.一是划定责任营销区域.按照县城区域规划,制作营销规划图,对县城划分四个责任区域,确定了沿街商铺、行政单位、事业单位、房地产开发商,全面开展地毯式走访营销;分配正在开发建设或准备建设的楼盘开发商,办理住房按揭消费贷款;对公职人员加大贷款营销力度,重点推介公职人员消费贷款.在每个乡镇选取两个信用环境好、贷款证占比低的村为“贷款投放提升试验点”,同时对乡镇政府驻地沿街商铺、个体工商户进行走访,使走访营销工作覆盖全部重点客户.二是开展全员营销走访.确定了客户经理、

信用社主任、包社经理主要营销主体,分别设置客户走访户数、营销客户数量、业务发展进度等指标,确保与行政事业单位、商户负责人、楼房开发商负责人“面谈面签”制度.三是完善督导调度体系.确定了包社经理、分管主任、联社主任、理事长四个督导主体,对营销进展实行“数据五天一上报,业绩五天一调度”,班子成员分片、部室经理分社进行现场及电话督导,并分级别、分业绩对相关责任人采取问询、调度、约见谈话等系列措施,提高一线营销工作积极性。

全面完善内部管理制度.一是加大宣传引导.出具《文明信用富民工程评定宣传方案》,定制宣传车辆,录

制宣传磁带、CD音频资料,到每个乡镇驻地、村庄重点集市进行巡回宣传,营造浓厚的舆论氛围.二是明确办结时限.明确贷款调查、审查、审议、审批时限,并悬挂外勤办公室,提高信贷流程公开化程度,提升信贷流程办理工作效率.三是加大宣传推进力度.通过电视、广播、宣传彩页等载体,结合“富民惠农创新”、“金融服务进社区”、“阳光信贷”三大工程,对贷款业务品种进行大力宣传,制作《信贷支农宣传单》,公职人员消费贷款宣传彩页等广泛发放,在风险管理部设置“信贷营销热线”,安排专人专职负责接听,积极推介各类业务,提高广大客户对贷款品种的认知度。(杨焱)

庆云农商银行“贷”动小微企业大发展

今年以来,面对实体经济下滑、企业赢利减弱的经济形势,庆云农商银行树立“与企业共渡难关”的原则,持续加大对小微企业的支持力度,有效的“贷”动了小微企业发展壮大.截至3月末,共支持企业85户,贷款金额4.41亿元,其中,新增企业户数6户,贷款金额1600万元。

该行坚决秉承“不抽贷、不压贷”的服务承诺,与企业共同

商讨解决当前面临的经营难题;同时,积极推行“无缝贷”、“循环贷”服务模式,要求公司部信贷人员提前操作转贷手续,确保贷款到期前10天审批完毕,实现还贷、续贷的无缝衔接,避免客户资金“断档”,并对房地产抵押类小微企业客户,签订3年最高额抵押合同,待贷款续贷时,无需再进行评估登记,大大提高了服务效率。(王新波 周赞磊)

齐河农商银行打造乡村金融“立体服务”

2015年,齐河农商银行充分发挥点多面广、遍布城乡优势,搭建覆盖全县、连接全国的支付结算系统.在网点,大力普及ATM、CRS等自助设备,在体验区充分发挥体验设备功能,另外,该行先后在农科院大学校区、泉城极地海洋世界设置24小时自助服务银行,在大规模超

市、特色产品供应点安装ATM、POS等机具,使客户能够及时得到充分、优质的服务.在乡村农金通服务站点采取与营业网点一致的文明规范化服务,在泉城极地海洋世界还设置了网银体验机和零币兑换口,搭建了全方位立体金融服务,极大方便了顾客。(张河山 高茜)