

G 敢当头条

别让科研人员精力耗在报表上

立项时有填不完的表格,做科研之余还要花费大量的时间精力做“会计”……近年来,科研项目申请环节重复冗杂、经费管理忽视科研人员的智力投入等问题一直被视为浪费科学家精力、影响和制约科研积极性的因素。因而,为科研人员“松绑”,以激发科研人员的创新活力的呼吁越来越多。

最近有媒体报道,中国科学院近日出台了10项落实“放管服”改革的措施。这10项措施从备受一线科研人员关注的“项目、人才、经费”管理三方面入手,建立多条绿色通道,进一步扩大科研院所自主权,释放科研人员创新活力,做到让科研人员“一年只填一张表”。从深化科技体

制机制改革的层面来看,中科院的举措不仅值得肯定,同时也为其他相关单位提供了参照。

为科研人员“松绑”,本质上是简政放权、放管结合、优化服务的改革,也是降低行政成本,优化服务流程的具体举措。而要将相关政策落实到位,最直接的莫过于在管理上做减法,在服务上做加法,把该放的放到位,把精简的精简够,做到机构流程精简、监管服务增效,才能为激发创新活力清障,从而切实解决科研项目申请审批、经费报销难等问题。

实际上,在过去5年中,我国在科研管理整个计划体系和经费使用上进行了较大幅度的改革,相继出台

了一系列文件,并在重大科研成果和科技服务经济社会发展等诸多领域取得了一定成效。但是不可否认的是,在进一步释放创新活力的过程中,也出现了一些政策不协调、不配套等新问题。比如,科技项目使用财政资金,按照相关法律法规要求,应该进行经费预算管理,但科学研究本身是对未知领域的探索,其不可预期性为大家所公认,尽管目前国家在科研经费的预算调整方面已经给予了相当大的灵活度,但是具体到某个高校、院所如何调整,与政策相匹配的具体管理制度该如何制定,这就需要各方本着服务释放创新能力的宗旨,去积极探索,而不是等待和观望。

针对国家政策方针与具体高校、院所管理制度的适应和匹配,中科院等科研院所和部分高校已经开始了积极尝试,这是值得肯定的。长远来看,科研项目审批,科研经费管理应进一步尊重科研活动的特点和规律,尊重科研过程中的不确定性,将出发点和落脚点回归到让经费为人的创造性活动服务上来,而不是让人为经费受尽困扰。如此才能做到合理设定经费比重、开支范围、科目设置,真正放权让科研人员自主支配和使用科研经费,才能真正实现不让繁文缛节把科学家的手脚捆死,不让无穷的报表和审批把科学家的精力耗尽。

(据新华网)

H 画里话外

对虚假广告说不

法律法规三令五申,相关部门也做了不少努力,但虚假广告仍屡禁不止,一个很重要的原因是违法成本过低,对虚假广告处罚力度与广告收益相比可能只是“九牛一毛”。因此,还需进一步明确广告相关方的责任。比如,对发布虚假广告的平台应追究责任,对于虚假广告的直接责任人可以尝试建立从业黑名单制度。同时,从源头端做好准入资质把控,形成多部门联防联控的格局。

(据新华网)



J 金玉良言

如何破解农产品滞销困局?

很多农产品滞销,并不是市场完全没有需求了,而是市场需求没有被充分激发出来。

近期,多地农产品滞销的消息引起社会关注。

农业是国民经济的基础,但直接从事农产品生产的农民在市场上缺乏话语权,尤其是议价权,一旦市场出现波动,受影响最大的还是普通农民。面对农产品滞销,“悲情牌”往往成为舆论反应的路径。人们同情普通农民的遭遇,很多案例被媒体报道后,当事人多少能够获得一些帮助。

然而,如果农产品滞销之后总是见到“悲情牌”,久而久之就可能让公众陷入疲劳或麻木。今年5月,一位满脸忧愁的大爷火了,他卖什么,什么就“滞销”,原来,许多地方不同“滞销产品”的宣传页面都用了这位大爷的照片……有地方政府发布声明称,如此打“悲情牌”营销水果,给当地果业品牌形象造成了严重影响。

今天橙子滞销,明天荔枝滞销,即便公众的善意不被恶意透支,“悲情营销”也迟早会遭遇传播瓶颈。显然,探

寻一条常态化的解决之道,缓解因农产品产量变化造成的价格波动,才是破解农产品滞销困局的根本方法。

虽然农产品在产地跌到地板价,但在销售地价格波动未必有多大。例如,在浙江宁波市场上,今年荔枝批发价格整体比去年同期下降20%左右,并未达到“腰斩”的程度。其实,荔枝面向消费者的价格,受运输成本、人工、场租、销售加价率等综合因素影响,产地收购价仅仅是一个方面。很多农产品滞销,并不是市场完全没有需求了,而是市场需求没有被充分激发出来。

电子商务时代,通过电商平台解决农产品滞销问题,就不失为一个好思路。据报道,京东集团建立的农产品滞销帮助中心,就带动了广西钦州等地的荔枝销售,帮助云南丽江永胜县、宁蒗县等地解决了数千吨紫皮大蒜的滞销问题。传统市场是粗放的,电子商务技术的应用,能精细化地对接生产与销售,从而减少谷贱伤农的悲剧。在产地大量收购滞销农产品,在网店上开展大规模促销,这种基于大数据技术的销售模式,是传统的“小

农经济”难以想象的。

农产品滞销怪圈不仅在国内存在,在国际市场上,同样是一个周期性出现的普遍问题。在一些发达国家的农村地区,农民之间会成立农产品协会,分享销售信息,维护市场秩序。解决农产品滞销,最根本的方法是扩展农产品销售渠道,让农民获得主动权。

政府和行业协会适当的引导也尤为重要。京东创始人刘强东就呼吁地方政府不要盲目发展水果产业,他认为,“信息不对称”是农产品滞销的重要因素。一些地方政府在缺乏扎实市场调研的情况下,一窝蜂地在本地推动种植某种农产品,结果在上市后出现供过于求的局面。政府在制定农产品发展政策时,必须对市场有理性的认知和预判。

多年来,农产品滞销早就不是新鲜话题。农产品滞销,让每一个有同情心的人感到痛心,谁都希望为受损失的农民撑腰鼓劲。但是,靠同情做出来的生意不会长久,只有熟悉市场规律,掌握现代技术,才有可能走出“谷贱伤农”的周期律。(据新华网)

Y 有此一说

问责之后,更需治理良策

近日,有媒体对昂昂溪区内全国罕见大面积、高浓度黑臭水体20年无人治理及瞒报等问题进行了曝光。据齐齐哈尔市纪委监委调查,昂昂溪区委区政府、市环保局整改不力、监管不严、报告不实,给当地造成极其不良社会影响。昂昂溪区委区政府、市环保局及其相关人员对此负有不可推卸的责任。

一个环境污染问题能存在长达20年,着实不应该。但这也暴露至少两方面的问题,一是环保部门监管不力,二是治理不严或是急于治理。

我们都知道,环境治理是一个长期而艰难的过程,尤其涉及到水质的问题,想做到无害化处理成本极高。20年环保局的主要领导恐怕也换了几任,但问题一直没解决,无外乎以下几种可能。

一是最开始出现问题时忽视了,或者是感觉问题不大,就听之任之了。但是经年累月的排放,一个小小的水塘哪能容得下那么多污染物?

二是发现问题时,时任领导又觉得不是在自己任期内发生的问题,治理难度又大,财政不给这项支出,那一切都是纸上谈兵,何必把问题暴露出来,显得自己无能呢?

三是大家都不想因为一个“臭水塘”误了自己的前途,只要自己离开环保局主要管理者的岗位就安全了,当然是得且且且。

现在虽然环保部门的负责人受到了处罚,但更多应该考虑的却是如何治理的问题。一个“臭”了20年的水塘,处理几个人它不能马上变清澈,但是如果处理,它肯定会一直浑浑下去。

所以问责是必须的,同时也需要更好的治理措施来补救。不能这届班子倒在“臭水塘”的问题上,换个人还是没改观,从发现问题到解决问题需要一个快速、有效的方法。

既然出现的问题是“全国罕见的大面积”,希望治理方法也能是“全国罕见的有实效”,这样才能促进更多的地区、更多的环保干部主动作为,而不是采取“能瞒就瞒、得过且过”的方式来求平稳。

(据新华网)