

■每日观点

55%，一个实事求是的工作指标

□张刃

这些年，我们看多了各种统计数据、指标，有关工作成绩、进度的，绝大多数都是高百分比，低于90%都“不好意思”；敢吹百分之百的虽是极少数，动辄“全覆盖”的却屡见不鲜。在这个背景下，全总提出这个55%的“力争”指标，令人耳目一新。新在哪里？——实事求是，求真务实。

新的一年，全国总工会“要求各级工会持续推动农民工入会，力争到2020年实现全国55%以上的农民工加入工会。”乍看媒体报道，以为这个比例写错了；确认之后，不免触发思考。

这些年，我们看多了各种统

计数据、指标，有关工作成绩、进度的，绝大多数都是高百分比，低于90%都“不好意思”；敢吹百分之百的虽是极少数，动辄“全覆盖”的却屡见不鲜。在这个背景下，全总提出这个55%的“力争”指标，令人耳目一新。新在哪里？——实事求是，求真务实。

55%的指标看似不高，落到实处却非易事。

据第八次全国职工队伍状况调查，截至2017年，农民工总量已达2.82亿人，占全国职工总数的72%，其中加入工会的农民工1.4亿人，占农民工总数的50%。如果到2020年提高到55%，即使农民工总数不再增加（事实上不可能），至少要增加会员绝对数1550万人！如此速度与规模，若非中国工会，他人难以企及。况

且，完成这个任务，需要逐人去工作，还要保证相当的成功率，岂非拍脑袋定个高指标能够“混过去”的？如此这般，谁能说55%是个低指标呢？

1500多万会员从哪里来？全总有分析考量，分步计划。第八次全国职工队伍状况调查显示，“80后”是农民工主体，制造业、建筑业、批发和零售业、住宿和餐饮业、居民服务业5个行业农民工占比将近八成。据此，全总提出，今年以农民工占从业多数，也是工会组建、会员发展难点和重点的货车司机、快递员、护工护理员、家政服务员、商场信息员、网约送餐员、房产中介、保安员等8类群体为目标，抓好农民工相对集中的开发区（工业园区）、建筑项目、物流

（快递）业、家庭服务业、农民专业合作社等五大领域（行业），开展建会、入会工作，并且通过网上申请入会、设立流动服务窗口等形式，不断扩大工会组织覆盖面。这样缜密的工作部署，谁能说不是求真务实的呢？

由农民工入会比例、发展指标，想到工会工作的其他数据。毋庸讳言，某些现实不能令人满意。譬如基层工会组织建设，上级年年有要求、有考核，下级统计数据也是年年增长，但实际情况却是，有的基层工会只是挂了牌子、刻了公章，没有能够开展实质性工作，徒有虚名而已；又如各种劳动竞赛创造的经济效益、帮助农民工讨薪的数额……统计上报、用于宣传的成绩不仅喜人，而且惊人，但若把同一地方或同一单位

的工会与其他相关部门（机构）的“成绩单”对比、相加，会发现多家使用、重复计算、超乎常理等问题。老实说，多数人对此不屑一顾，自吹者也未必当真。

如果数据虚假、指标“注水”只是自欺欺人，或者图虚名，骗荣誉而已，危害还有限。问题的严重性在于，如果上级据此决策，指导工作，岂不要误大事？假如全国职工队伍状况调查数据掺假、“注水”，全总那个“55%”“8个群体”“5个领域”能靠谱吗？执行下去能不给工会工作造成巨大损失吗？想想都可怕。

虚假数据、“注水”指标危害极大，影响恶劣。想造假无非是显示“政绩”，敢造假是因为不会受多大处分。杜绝此风，请从领导者做起。

■每日图评

规范共享单车的时机已经成熟

目前，共享单车押金难退、无序停放的问题突出。对此，交通运输部副部长刘小明指出，目前交通部和人民银行、银监会等部门开展了调研，制定了初步的政策文件，不久将会按照程序进行发布，最根本的目的就是保证老百姓的资金安全，还要做好平衡，让用户体验不会减少，同时资金又能够保障安全。（2月7日中新网）

共享单车是市场自发形成的，解决了市民的短途出行需求，引导更多人绿色出行，改善了城市交通拥堵状况，重新塑造自行车产业链，并创造大量新的就业机会，对社会经济发展产生了积极效应，成为共享经济的典

范之作。从共享单车行业的发展轨迹来看，其在巨量资本的推动下，成长速度非常快，市场迅速膨胀，商业模式和市场格局初步形成，对其规范化管理的时机也趋于成熟了。

没有规矩不成方圆。共享单车在给社会创造价值的同时，也因管理失序而衍生出诸多问题。如果说当初为了促进行业发展，可以给予一定的宽容期，鼓励平台探索经营模式，允许其进行毁灭性创新，那么在市场格局已定、大批平台淘汰的情况下，就必须采取规范化、精细化管理了。因此，监管部门出台行业规范标准，约束平台的运营行为、押金管理等，亦是保障了广大



用户的切身利益，维护市场有序健康发展。

共享单车的成功，乃是互联网与传统产业融合创新的结果，也给实体经济转型升级提供了样板，获得各界的认可。因此，共

享单车规范政策要立足于鼓励创新，呵护市场自由竞争精神，维护公平竞争秩序，依法管理的立场，以促进行业良性发展、推动社会进步、提升市民素质、完善信用机制为导向。 □江德斌

■长话短说

乐见农民工拿到大学毕业证

青岛市总工会自2015年开始探索实施的“1138”职工素质工程近日结硕果：首批297名农民工拿到了大学毕业证，由西北工业大学颁发的297张大学毕业证已寄达青岛市总。青岛市总三年来已累计投入5000余万元实施该工程，提供教育、培训、晋级方面的优惠政策，鼓励职工提高自身素质，全市职工职业素养和创新能力得到增强。（2月8日《工人日报》）

可以说，面对日新月异的时代发展，尤其是大量的农民工已成为产业工人的重要组成部分，农民工唯有不断提升自身的素质与技能，一方面才能在各行业中扎稳脚跟，实现自我价值；另一方面才能更好的融入城市的生活；再者，掌握一技之长后，即便返乡也能够发挥自身优势，为家乡的发展做出贡献。所以，助推农民工素质提升意义重大。

对于各级政府，以及工会而言，就是要为农民工素质的提升，提供良好的平台和机会。青岛市的“1138”职工素质工程中，青岛市总创新学历教育方式，通过与有关教育机构合作，利用网络远程教育方式，对考试合格取得国家承认学历的报销全部学费。这就既减轻了农民工学习的经济负担，而且也能够让他们因需而学。农民工素质的提高决不是一蹴而就的事。有了这样良好的平台，对于农民工自身而言，一方面应珍惜这样的学习机会，通过在学中干、干中学，提升素质，创造价值；另一方面也不要将眼光局限于获得大专证书，须知学无止境的道理，更何况时代和科技的发展，唯有不断学习掌握新知识、新技能，才能适应社会及岗位需求。

总之，实施素质工程，让广大农民工不断获得学习培训机会、实现自我提升，既是培养高素质劳动者大军的需要，也是助力农民工实现全面发展的必然要求。 □李雪

■网评锐语

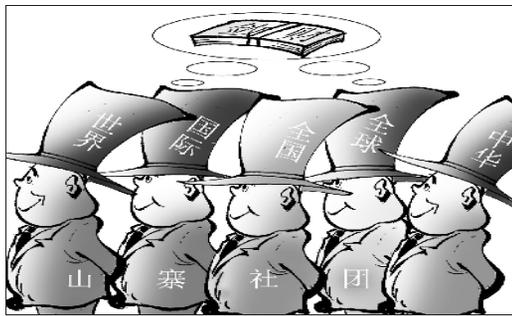
让“文明过大年”成为新时尚

李雪：金鸡歌国泰，玉犬报民安。为了让市民朋友过一个快乐、团圆、吉祥、平安的春节，首都文明办致市民朋友的拜年信，并发出《文明过大年倡议》。禁放环保过大年、勤俭节约过大年、和谐和睦过大年……过年，过的是喜庆、团圆、快乐、平安。所以，“文明过大年”当成为新时尚。让我们每个人从点滴做起。

过年采购年货要小心被坑

斯涵涵：过春节是中国人的大事，过年前自然少不了各项准备，除了采购在过年期间用的各种年货，还要准备走亲访友时赠送的礼品。商家也看透了消费者的心理，于是，一些以假乱真、缺斤少两、以次充好的“特制”礼盒出现在市场上。部门要加强市场监管，过年期间重点盯防批发市场、年货卖场、超市等交易场所，加大抽查和巡查的力度；消费者也要提高防范意识与维权意识。

■世象漫说



■有感而发

老国货重生不能只打怀旧牌

在北冰洋汽水、稻香村炸串、袋淋等承载70后、80后童年记忆的食品纷纷回归之后，另一款产自北京的摩奇饮料近日也高调起死回生。“消失”了16年的摩奇饮料悄然成为网红爆款商品，首批一万箱桃汁饮料上市仅3小时就销售一空。（2月8日《北京青年报》）

承载童年回忆的老国货食品，主打怀旧牌营销广告，通过互联网传播，开始纷纷重出江湖，起死回生。这无疑给老国货、怀旧市场重新焕发生命力，

市场活力提供了一个大好机会。

但是，老国货、怀旧食品要想在激烈的市场竞争上站稳脚跟，经得住市场和时间的考验，真正实现新生、重生，甚至重回巅峰。这显然不能只是打怀旧牌，还任重而道远。如果只是靠打怀旧牌，注定走不远。

老国货、怀旧食品要实现发展，也必须坚持不断创新，要满足消费者群体的新需求，不能一味地坚持“守旧”。即便现在的70后、80后消费者有怀旧需求，但怀旧心理也在不断变化之中，

老国货、怀旧食品要适应他们的新变化，推出符合他们需求的产品。而且，老国货、怀旧食品本就只是一些70后、80后群体的童年记忆，并不是所有消费者的童年记忆。如果老国货、怀旧食品的市场定位仅限于这类消费者群体的话，必然无法获得长远发展。老国货、怀旧食品要重新扩展市场，占据更多的市场份额，必须向非70后、80后群体消费者进军，要占有更年轻的消费者群体的心。

□何勇