

# “12345，有事找政府”

■ 张玥

“停电了！这可怎么办？”日前，一家商城内的商户纷纷给天津12345政务服务便民热线拨打电话，反映商场整体停电，经营受到严重影响。热线工作人员立即与电力公司、相关区政府沟通协调，承接单位迅速跟进，查原因、抚情绪、组织抢修，当日供电恢复，让商户们长舒一口气。

今年以来，12345热线狠抓“直办率”，简单问题当即答复或一天内办结，像这样快速的处置不胜枚举。

良好的政务服务，关系着群众生活的幸福指数、企业对营商环境的满意度，越是便捷、高效，越能彰显一座城市的亲和力与吸引力。而作为政务服务的“总客服”，12345热线“好不好打”“管不管用”，直接影响着服务的口碑，成为折射“增进民生福祉”的一面镜子。

有句顺口溜这样说，“12345，有事找政府”。老百姓对这句话的直接感受是：省心，能帮你把事给办了。而让群众和企业省心的密码，是服务平台的走心。

走心，就要不断发现在哪里可以做“减法”，哪里可以做“加法”。

12345热线一直致力于达到这样的服务水平：“一通电话办成事”。顾名思义，就是让大伙少跑腿、少费事，简单一个电话解决急难愁盼。为了做好这个“减法”，热线做了很多“加法”：

——建立数据庞大的“知识库”。十余个主题、千余个事项、数以万条计的信息，涵盖所有政务服务领域，接线员可以一边接听热线，一边在知识库中搜寻解决问题的办法。

——建立完善的服务链条。受理、解答、派单、办理、答复、督办、回访一个环节形成闭环，以办妥作为结束。

——建立保障服务质量的机制。每个月和各承办单位“会诊”疑难杂症，确保今后再遇到类似问题能迅速拿出“诊疗方案”；有专门部门复盘整个办理过程，挑毛病、找错误，寻找可提升服务水平的空间。

一个只有几分钟的通话，背后是大量沟通、协调和处理工作，但唯有把“复杂繁琐”处理好，才能更好解难题。虽然这也意味着增加工作量、增加压力、增加难度，但唯有做好种种“加法”，才能为做好“减法”提供有力支撑。这种充满辩证思维的服务思路，说到底，还是建立于“全心全意为人民服务”的理念，立足于“以人民为中心”的立场。

走心的实质，正在于此。

12345热线话务大厅的墙上写着十六个大字：接待更快，办得更准，办得更实，服务更广。几个“更”字充分说明，为人民服务是一个永远在路上的过程，走心，就要在每一天里都走得更深、更远，没有止境。

走得更深、更远，要靠一个情字。

有情，就会充满干劲。有情，就能在做一件事的过程中不断追求完美，不达目的誓不罢休。

可以说，抓住这个关键，就找到了源源不断的动力。

12345热线的每个接线员平均一小时要受理七八个诉求，基本上是这个电话刚放下，另一个电话就顶了进来。而这样的强度一天要持续几个小时。在这些诉求里，麻烦事、不顺心的事多，电话那头声音大了，说话不好听了是常事。但接线员不管多累、不管听到什么，永远轻声细语。每个工位上都放着一台分贝仪，就是要接线员

随时监督自己的音量，控制自己的情绪。

让接线员永远保持“在线感”的，就是情。坚持以人民为中心，其实就是一种最朴素却意蕴最丰富的情感。带着这种情感去服务，就会对群众和企业的急难愁盼感同身受，像对待自己的事情一样做好每一次服务。惟其如此，才能把自己变成老百姓意见的“传声筒”、情绪的“减压阀”、问题的“处理器”。

情感的驱动力，能极大激发服务的自主性、积极性。许多接线员都制作了“小知识库”，把常见问题、处理心得积累下来，以备随时取用。他们每天的一个重要功课就是看新闻、看政策解读，在弄懂吃透上下功夫，以保证为群众和企业解答问题时更准确、高效。平时还会练沟通技巧、学情绪管理，做发声练习，在提升综合素养上发力。

这种情感，是一种热爱，让政务服务与人民需求同频共振，让“民有所呼，我有所应”成为骨子里的观念。因为用心，所以用力，因为用力，所以用心。

三

检验一种服务是不是走心，还要看能不能办成事实。

仅以2022年为例，热线总体办结率就超过99%。12345热线话务大厅墙上贴有10个字：让声音微笑，让群众满意。如果说“让声音微笑”是情感体现的话，“让群众满意”就是这种情感的最终指向。

什么是高效便捷的政务服务？就是“事事有回音、件件有着落”，化解各种新问题、老大难，给群众和企业带去幸福感、获得感、安全感。

“12345，有事找政府”，很简单的一句话，却折射了对群众期待的庄严承诺。一次次鲜活实践，给出了“坚持以人民为中心”的生动注解。

## 金之平 视线

# 讲好“诗和远方”的故事

——以文塑旅、以旅彰文②

■ 金之平

近来，“旅行+演艺”“旅行+看展”“旅行+刷博物馆”受到消费者青睐，国风汉服、围炉煮茶、音乐雅集等成为旅游新风尚，文化和旅游呈现加速融合的新特征，这也给乡村旅游带来启示。新消费需求下，如何用文化更好地联结文旅融合的“诗”和“远方”？

“这牛奶西红柿真甜，太好吃了！”近日，在天津市武清区河北屯镇李大人庄村举办的西红柿丰收节上，来自北京的游客边品尝边不住赞叹。民歌演唱、街舞表演、小丑互动、吃西红柿大赛、亲子绘画课堂和丰收运动会等丰富多彩的节目，给游客带来全方位的体验；胡社画院、锦·艺术乡村文化展馆、村史馆、现代农业基地、李大人田园等文化项目体系，将当地文化充分呈现给游客……

当下，人们生活品质提高的同时，消费需求也在升级。这一点在文旅市场表现得尤为突出，从过去单纯“看山看水看风景”，日益向“观文品史、体验生活”的模式转变。常言道，好风景常有，但好故事不常有，抓住市场需求的这种转变，把好风景讲出好故事，把好故事做成好成品，就成了文旅融合“破圈”的关键。说白了，就是注入更多文化元素，以文塑旅、以旅彰文，不断满足游客个性化、多元化消费需求。

任何故事的发掘、表达都需要载体，“土特产”是乡村产业的核心，也是讲好农文旅融合“故事”的载体。在静海区，第九届台头西瓜文化旅游节的热度还在持续，静海镇社区群众蓝莓文化体验季活动又迎来新高潮；在津南区，小站镇借助小站稻发源地和核心产区这一特色名片，将农业发展与生态观光、农事体验相结合，实现了从单一水稻种植向文旅融合的华丽转身……深入挖掘“土特产”的文化特色，将独特的文化内容、文化符号、文化故事展现出来，纳入旅游的线路设计、展览展示、讲解体验，为农文旅的融合发展注入了新动能。

用文化更好地联结农文旅融合的“诗”和“远方”，最终要体现在产品和服务质量上。一方面需要保护好当地优秀传统文化，留住其中的乡土气息和独特性，进行创造性转化；另一方面还要在活动形式和服务质量上下功夫，给绿水青山、农家美食增添更多人文属性和服务价值。服务品质和文化体验并重，好产品只有搭配好服务，才有“喜闻乐见”的效果。

文化是旅游的灵魂。讲好“诗和远方”的故事，让旅游不再是“到此一游”式的“打卡”，农文旅融合一定会更加精彩。



农机一响，种地不慌。装有北斗导航的大型收割机马力足，每台单日能收获100多亩；晒场收粮机像是台吸尘器，一开机能顶四五个人……今年全国预计有1650万台（套）各类农机投入夏收、夏种、夏管，为颗粒归仓提供坚实支撑。科技装备强是农业强国的重要特征，田间地头的科技动能，为粮食安全提供强有力的支撑保障。

司海英 画

## 基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

■ 王化娜

政务服务“窗口”是服务企业和群众的第一线，也是优化营商环境的关键节点。政务服务效率高不高，服务态度优不优，服务意识强不强，直接关系到一个地区营商环境的整体形象。

继“拿地即开工”后，近日，中冶迈克液压科技生产基地又体验到了宝坻区“竣工即投产”服务机制带来的高效便捷。竣工联合验收是项目建成后向投产过渡的关键环节，在关键环节上重点发力，也是为企业加快发展提供坚强后盾。为此，宝坻区有关部门成立工作专班，在“拿地即开工”基础上，探索创新“竣工即投产”服务机制，量身定制了13套专属方案，挂图作战，跟进指导，实现全周期快捷审批，助推项目早投产、早见效。

提升政务服务水平，创新服务、精准服务、务实服务的意识不能缺。创新，可以是开创，也可以是改进。无论哪一种方式，都要从企业、群众的需求出发，发现问题，解决问题，最终让企业、群众受益。

为企为民服务贵在实。对我市出台的相关政策进行梳理，让企业和主管部门都能明晰自己的职责权限；在微信公众号推出“营商视听”宣讲活动，用“百姓话”说“百姓事”，提高政策的知晓度；开创“办不成事”码上提，畅通群众意见反馈渠道……正是这样扎实、务实的工作，才让政务服务赢得企业和群众的点赞。

窗口连着民心，窗口体现初心。政务服务环境“优”无止境。只要始终保持为企为民服务的热忱，不断推出更多更新、更准、更优、更实的服务举措，政务服务“软实力”就一定会越来越强，营商环境的“磁力”也一定会越来越强。

## 深一度

# 天上不会掉馅饼 但会掉陷阱

■ 闫丽

“学完Python（计算机语言编程工具），可以上天”“下一个高薪行业，月薪3万+”“零基础入门，小白三天也能学会”，随着ChatGPT智能聊天机器人爆红，生成式AI成为市场风口，一批人工智能“速成班”火了，起不来，忽悠“打工人”斥重金报班，有的费用高达一万元一天。

如今，人工智能方兴未艾，社会对AI技术人员的需求显著增加。据有关报告显示，仅今年三月份，国内相关岗位需求量就环比上升42%。面对扑面而来的新技术、创新发展的高风口，相关培训班火爆也成了必然。

但问题是，一天一万元的速成班，真的能让人学明白AI，实现转行和人生逆袭吗？事实上，有的培训班号称讲授技术研发，但其实只是接了GPT的接口，教大家如何使用而已；有的一天就讲完的“基础理论”和概念，其实是利用网络公开信息拼凑而成的课程内容；还有的培训教师毫无专业背景，培训机构注册也没多久，对此，有人工智能领域的专家提醒，“生成式AI培训是新兴的智商税行业”。AI的学习和研究需要深厚的教学和编程功底，普通人毫无相关知识储备，仅靠高价速成班就想站上风口、年薪百万，岂非异想天开？

这种“野生”AI速成班，也是借热点营销的缩影。诚如业内人士所说，每当行业有新鲜事物出现时，就会有各类培训班接踵而至。从大数据、区块链，到元宇宙、人工智能，“什么火，就教什么”成了某些培训机构的金科玉律，通过玩概念、搞套路，骗一把就走。这不得不令我们深思，面对此类“水课”，为啥总有人被“收割”？

这些速成培训班其实折射了一种急于求成的浮躁心理，一种较为普遍的职场焦虑。身处信息化时代，知识、技能以及各类生产要素加速迭代，对个人能力提出更高要求。无论是年轻求职者，还是资深“打工人”，都难免会产生本领恐慌。这个时候，企图走速成培训这样的捷径，不仅成了人生赢家，反而成了待割的“韭菜”。互联网时代，技多不压身的理念没有过时，但要学惊人艺、须下苦功夫的道理也仍然适用。一分耕耘，一分收获，少一些焦虑浮躁，多一些耐心定力，端正心态、持续学习，用心付出，就不难冲破职业焦虑，创造更多价值。

网络上有个金句，天上不会掉馅饼，但会掉陷阱。成功的背后，不是“速成”，而是坚持不懈的积累。

## 新视野

# “百宝囊”里不能少了它

■ 张玥

平时在小区坐电梯，最怕遇到推着电动自行车进来的，明摆着不安全，可是也不好意思阻拦。有的社区倒是贴出过禁令，似乎也没什么效。

近日，北京一个社区的做法让人眼前一亮：在社区里找块空地，建了一个智能充电车棚。在楼下就把电充了，既消除了消防隐患，还有存车棚的作用。这个社区，显然不是把“治”作为第一落点，而是从“理”入手，抓住群众的“刚需”，理出了一个柔性的解决办法。

类似问题，在城市治理中还有不少。社区里车位不够，为一辆车停在哪、该不该停，没少起纠纷；接送孩子放学，学校门口堵得一塌糊涂……破解这些难题，既要靠智慧，也要敢啃“硬骨头”。有的社区联系周边单位，夜间开放停车场给群众，增加车位数量；有的发动老师和志愿者“闪接”“闪送”孩子上下车，减少家长车辆逗留时间。总之，在参与城市治理和服务群众过程中，相关部门和党员干部要有个“百宝囊”。

可能有人会说，别人有便利条件、有群众基础、有人脉网络，自己什么资源都没有，所以事情难办。然而，“天时、地利、人和”很多时候是跑出来的，想出来的，干出来的。老百姓有戏言：“老大难，老大难，‘老大’重视了就不难。”虽是玩笑话，却也道出了一种非得领导出面才能解决问题的尴尬现实。人还是那些人，为什么过去没办法，领导一重视，就会有办法？仔细想想，还是缺了“角色意识”，不知道自己是在为民服务中扮演什么样的角色，缺了责任感和担当意识。把责任扛起来，对群众的急难愁盼“时时放心不下”，那么看见“老大难”就不会腾挪闪避，而是竭尽全力寻找解决之道。

所谓“只要思想不滑坡，办法总比困难多”，绝不只是句顺口溜，其中包含的责任心是“百宝囊”里最重要的“宝贝”。

# 点旺城市「烟火气」 释放发展新活力

对话人：  
王双 天津社会科学院数字经济研究所所长  
李娜 本报评论员

“烟火气”里有市井生活，也蕴含着城市发展的活力和底气。点旺城市“烟火气”，将为经济发展注入更多新动能。

李娜：有人说，城市的吸引力不在于有多少现代化的高楼大厦，而在于所展现出来的独特魅力和烟火气息。早点摊上的人来人往，商业街上的熙熙攘攘，从这些热闹场景中看到的是百姓美好生活的一角。您认为，应如何理解“烟火气”与城市发展之间的关系？

王双：有了“烟火气”，有了人气，城市才能更好发展。城市产业是有层次的，有高大上的高端产业，还要有小微企业等“毛细血管”为产业做配套，增强城市服务功能。就像实施中心城区更新提升行动，除了发展研发设计、金融等生产性服务业，也需要餐饮乃至“小修小补”等服务百姓日常生活的内容。城市发展需要生产性和生活性服务配套来支撑其整个产业结构和城市功能升级。而从市场预期和市场信心角度看，小的产业做好了，市场比较活跃，在释放就业、置业等积极信号的同时，也将为城市塑造有活力的品牌或形象，增强城市认同感。

李娜：就像您说的，民营经济不仅连接千行百业，也服务千家万户。如何支持服务业企业、小微企业、个体工商户发展，助其补元气、添能量、增活力，就成了另一个需要深入思考的问题。

王双：是这样。对小微企业、个体工商户等经营主体来说，首先需要公平和宽松的发展环境。它们对市场感知的灵敏度、创新的积极性强，能否在政策允许范围内让其自由生长，会影响其创新和发展活力。另一个就是稳定性。在保障安全等前提下，保持政策的连续性，让这些经营主体知道能干什么、不能干什么，强化一种安定感，使其有稳定预期，也很重要。再就是做好服务，解决实际问题，比如融资问题、员工子女上学问题等。企业遇到什么问题，就实打实地去解决，职权范围内解决不了的，可以做好对接、搭建平台等。小微企业等经营主体健康生长，离不开好的营商环境滋养，当生长的土壤丰沃、阳光雨露充足，它们本身就能升腾为城市“烟火”，并为提升整个城市发展添柴加薪。

李娜：“烟火气”升腾，看供给端的生机，也看消费端的活力。比如文化、风貌建筑等独特资源禀赋，都是提振消费、聚拢人气的资本，将其充分激活利用起来，创造新的消费场景，同样重要。

王双：事实上，这是一个如何激活和释放消费活力的命题。关键一点，就是要迎合新兴消费市场的需求，通过研究消费结构里占主体的消费群体喜欢什么，打造相应的消费场景，进一步释放消费潜力。其次是关注文化旅游资源的挖掘。像我们有海河资源，除了让人到游船上玩一玩，能否做到让游客留下过夜？我们有相声，怎样增强这张文化名片的影响力？这些都需要策划、统筹，资源怎么整合、旅游线路怎样规划，需要专业的人去做专业的事，对市场深度开发。再比如打造某些旅游项目，是不是能将游学、研学、体验、农耕等业态融合、集成一下，让更多旅游点释放出来，在一个时空里多提供一些新鲜的消费内容。发挥好消费的基础性作用，消费市场旺了，“烟火气”就有了。

李娜：说到底，“烟火气”背后是多元化、个性化需求的满足。加快建设国际消费中心城市，目标是既要“国际范”，又要“烟火气”。您如何理解两种不同气质在城市发展中的共融共生？

王双：两者之间并不冲突。一个城市肯定是多面的，是面向不同消费群体的。所谓“国际范”“国际化”不等于高大上，需要吸引国际品牌或高端服务集聚、有迎合时尚消费的产业，有国际化的物流来承载商品集散和枢纽功能，同时也需要面向普通民众生活的产业，而后者恰是体现一个城市烟火和温情的地方。提升每个人在城市生活的舒适度、便利度，让不同消费群体都能在各自消费层面得到品质生活的满足，宜居、宜业、宜乐、宜游，是国际消费中心城市建设的内涵之一。国际范也好，“烟火气”也好，适应需求、满足需求，实现供给和消费的动态平衡，促进消费提质扩容、释放消费活力的同时，也会作为一种推动城市发展的内生动力彰显出价值。