

郑州2011年度关键词大盘点(上)

本报记者 余英茂

国家战略

1月26日,河南省发改委召开新闻通气会宣布,备受海内外关注的“中原经济区”日前被正式纳入《全国主体功能区规划》,上升到国家战略层面。《全国主体功能区规划》是指导全国国土空间开发的战略性、基础性和约束性规划,《规划》明确提出将中原经济区作为国家层面重点开发区域。

1月22日,温家宝总理在河南调研时说:“河南是中国的缩影,也象征着祖国的发展。我对中原经济区建设、对河南发展寄予厚望。河南这块古老的大地,一定能够通过中原经济区的带动焕发青春。”

10月初,国务院出台《关于支持河南省加快建设中原经济区指导意见》,喜讯传来,更令全省上下欢欣鼓舞。

《指导意见》全文约15000字,分10个部分,其中直接点到郑州的多达40多处,间接点到郑州的多达50多处内容,说明中央对郑州市的重视,既对郑州提出了更高要求,又为郑州明确了发展方向,为郑州提供了许多政策机遇,郑州迎来大发展的时代。

市民座谈会

1月27日,由市委、市政府召开的首次“市民座谈会”在郑州日报社会议室举行,相关局委负责人及20位市民代表参加了座谈,为畅通郑州建设支招。

座谈会一开始就宣布:自本次座谈会起,今后我市每季度都召开一次“市民座谈会”,定期了解社情民意,倾听群众呼声。

7月17日,市委书记连维良出现在第三季度市民座谈会现场,与23位市民代表面对面共商良策,心贴心、话发展,围绕城市建设管理、公共服务、民生改善等热点话题,进行了长达5个小时的坦诚交流。

市民座谈会的制度化,使市委、市政府密切联系群众、倾听基层心声、开诚布公广纳民意的渠道更加畅通,方式更加便民,效果更加显著,受到市民由衷欢迎。

七会合一

新年上班第二天,我市从“会风”



倾听社情民意 构建和谐郑州

转眼又到了2011年年终岁尾,在即将步入新的一年时间节点上,让我们停下前行的脚步,回望来路,盘点郑州2011年度关键词,一同回顾马上就要过去的这一年留给郑州人的难忘记忆。

虽然这些新闻已经变成了旧闻,但总有一些人一些事,令我们念念不忘,记忆犹新……



送水哥

抓起,“打包”压缩会议,转变领导方式。2月10日,郑州市纪委九届六次全会、组织工作会、宣传工作会、政法工作会、统战工作会、机关党建会、党委办公厅和政策研究工作会合并召开,后面6个会议合并称为“市委党务工作会议”。7个会合开,半天就结束了。

省委书记卢展工指出:“低效率也是腐败!”半天时间合开7个会,省时、省力,大大提高了工作效率,这种改变文风、会风的做法受到广泛赞誉。2月11日,《人民日报》在第一时间率先刊发了题为《郑州新年上班抓会风3小时开7个会》的报道。

抢盐潮

3月11日日本东北部突发9.0级大地震,日本福岛核电站发生爆炸造成核泄露。有人谣传服用碘盐可抵抗核辐射,从而引发我国沿海局部地区爆发“抢盐潮”。3月16日晚上开始,河南也卷入其中,500克加碘盐正常售价是1.2元,有人竟然倒卖到6元甚至是10元。常规的库存与配送无法应对疯狂的抢购,我市也随即出现食盐断档、脱销现象。

很快,盐务部门人士辟谣说,我省生产供应的都是井矿盐,根本不存在受核污染的问题。我省井矿盐储量3200亿吨,全省食盐年销量在55万吨左右,盐荒是个伪命题,碘盐抗核辐射的说法也不科学。盐政、物价、工商等部门开展行动,打击囤积居奇、哄抬盐价行为,很快稳定了市场,“抢盐潮”是来也匆匆去也匆匆。

7天工作制

3月16日,为了解决政府工作效率、作风问题,市委书记连维良提出为民办事职权岗位要建立每周7天工作制,双休日办理手续的岗位不能停止办公。

同一天,市委常委会通过《关于禁止工作日午餐饮酒的规定》,禁止公务员工作日中午饮酒。至此,我省已有郑州、信阳、商丘、开封、济源、许昌、南阳、驻马店8市官方发布了“禁酒令”。

3月25日起,市发改委、建委、规划局、国土局、环保局、重点项目办6家单位开始实行7天工作制。市建委开设全能服务窗口,周末照常办公;市重点项目建设要求各班30分钟到位;在市国土资源局,市民周日可享受五星服务……

6家单位实行7天工作制后,提高了效能,提升了政府形象,使得其他部门也开始跟进。4月中下旬,市卫生局、房管局行政审批部门也实行7天工作制,试水“无周末服务”。

重做

省委书记卢展工2010年6月3日在《人民日报》发表署名文章,提出“用领导方式转变加快发展方式转变”。围绕这一主题,《河南日报》持续推出“九论”、“十八谈”、“新十八谈”、“一文九

论十八谈”如春风化雨,润物无声,全省上下认真学习,结合实际深入实践。

6月22日,省会各大媒体同时刊发“十八谈”郑州篇《以重做铸重心》和“何平”的评论《任重道远》,引起强烈反响。

社会各界普遍认为,郑州以胸怀全局的战略视野,以重做铸重心,谋求在中原经济区建设过程中更大的担当、立意深远,催人奋进。以重做铸重心,郑州必将成为中部崛起的重要战略支点。

网民留言=领导批示

很多郑州网民发现,一个叫ZZIC的ID经常连夜给网友回帖,有时是省委常委、市委书记连维良亲自回帖。

ZZIC是郑州市委、市政府网络问政平台,去年7月17日注册试运行以来,事无大小,市民轻点鼠标,ZZIC就会督促相关部门解决。2011年7月17日,ZZIC运行一周年之际,被正式定名为“郑州市委、市政府网络问政平台”。

在揭牌仪式后举行的“市民座谈会”上,被网友誉为“网络书记”的连维良在“网民留言、群众诉求、人民呼声”和“领导批示”之间画了一个“=”号,明确要求“市直各部门要把网民留言、群众诉求、人民呼声同领导批示一样对待,而且还要按高于领导批示来对待,真正做到执政为民。”

随后,“黄河野人”发表了《给力,网民留言=领导批示》、《等号的欢呼》、《网民为党委、政府机关揭牌,新鲜!》3篇博文,被全国各大网站转载,引发广泛关注。

媒体评论说:看惯了领导为某个机构揭牌授印的新闻,看到这条新闻时眼前一亮,网民为党政机构揭牌,在全国具有首创精神和先锋意义,揭的不仅仅是牌,而是对民意的尊重。

网络行政

12月7日,《人民日报》刊登半个版的报道《从“网络问政”到“网络行政”》,报道说,郑州市已经畅通了ZZIC、网络舆情处置联席会议、“心通桥”等三大网络民意诉求新渠道,形成了受理、跟踪、督办三位一体的“网络行政”新格局。从“网络问政”到“网络

行政”,这一务实的转身标志着社会管理的又一次创新。

2011年7月17日,ZZIC被赋予跟踪、督办权,可以召集相关部门开协调会。9月,ZZIC研发的网上诉求政务服务平台正式运行,ZZIC实现了和县(市)区、各部门之间信息资源共享,受理的网络诉求可在第一时间交到160多名垂直办理员手中。

2010年11月21日,网络舆情处置联席会议制度在我市正式运转,每个工作日相关部门都会对当天的网络舆情进行会商研判,联席会议的决定等同于市委、市政府的会议决定,必须严格落实。

2011年10月27日,中原网“心通桥”网络问政平台闪亮登场,从市直部门到社区都在“心通桥”上有子平台。对于网民诉求,相关部门须在工作时间4小时内处理,处置问题每一步都会在网上留下痕迹,网民可以打分评议。

我市打造24小时在线政府,从网络问政走向网络行政,处理网络问题由被动“接招”变为主动出手。2011年出现抢盐风波、蔬菜滞销等问题时,政府根据网络舆情积极应对,应急处理能力显著增强。

务实发展

8月9日,《人民日报》头版刊发报道《河南务实发展静悄悄》,报道了我省用领导方式转变加快经济发展方式转变,不动摇、不懈怠、不折腾、不浮躁,已成为广大干部群众的共识和行动,“务实河南”的形象越来越清晰。

报道说,河南各地纷纷出台措施,把作风转变作为领导方式转变的关键之举,把为民作为本质、根本、责任和标准。如何问政于民?郑州市委出台“三个效率、七个机制、十个不允许”,要求各级干部主动“下访”,工作中绝不允许发现不了问题,绝不允许发现问题解决不了又不报告。大到青年的就业培训,小到学校门口的一条斑马线,仅团市委就上报市委、市政府200多条问题,90%都得到了解决。

“送水哥”

3年前,我市中州大道沿线立交桥下出现了几个饮水机,聚集于此的农民工喝上了免费的纯净水。送水人却是来去匆匆,不愿留名,网友称其为“送水哥”。

即便被央视等多家媒体蹲守寻访,此人也要求只说事、不提人。后来在朋友的开导下,“送水哥”才终于面对媒体,呼吁更多的人做好事。原来,他并非农民工猜测的政府或慈善机构人员,只是一个做绿化工程的普通市民,名叫李老发。

李老发刚来郑州打拼时,口渴时却找不到水喝也舍不得买水。看到露宿街头的农民工,他想尽己所能做点什么,就买了净水机和水桶,每天自制纯净水送到中州大道与郑汴路、农业路、东风路交叉口等路段。

3年里,李老发至少送了2万桶水,每天送水平均花费200元。近期他很少接工程,有时要借钱才能将水送下去。而走进李老发的家,清贫程度让人惊讶。浮出水面的“送水哥”引发高度关注和爱心传递,澳大利亚、中国香港的网友也纷纷在微博上转发感动,他还成为2011“感动中原”候选人。

11月29日,李老发突发急性心梗,住进医院的他需要静养,不能进病房候候的网友纷纷在微博上送出数千条祝福。12月12日,出院后的李老发在媒体刊发感谢信,感谢所有热心人,表示要做“农民工兄弟身边永远的‘送水哥’”。

“萝卜哥”

2011年,“萝卜哥”韩红刚也成了网络红人。

滑县农民韩红刚在郑州黄河滩区租地种菜,60亩地里的40万斤萝卜遭遇“卖难”,他决定免费送人食用。11月25日媒体报道此事后,人们蜂拥而至,不仅拔光了萝卜,还顺带挖走数万斤红薯和辣椒、菠菜、香菜,弄得田间一片狼藉。

面对数万元的损失,韩红刚没有埋怨,婉拒了好心人给他打钱的好意,还在微博上请没有收获萝卜的市民谅解,认为责任在自己没有组织好,称“吃亏是福,没有人永远吃亏的。没事,损失几万块钱我日子还过得去,大家理解就好”。

韩红刚没想到,他的淳朴憨厚感动了很多人在。在热心人帮助下,他卖完了数万斤红薯,收获了大量订单,有企业决定每年至少买他20万元的菜,上海农产品交易会还免费提供18平方米展台邀请他参会。12月21日,“萝卜哥”发微博说:“近期准备去上海卖河南的萝卜,以前别人帮我,我今后也要帮助别人,有义务把黄河滩的菜推广出去。”

中高端SUV增长迅猛 汉兰达抢占先机持续热销

无界巅峰荣耀 新年好礼相送

本报记者 张磊

这几年,SUV市场持续高速增长,已成为领跑中国汽车市场的重要板块。据乘联会数据显示,今年前十个月,SUV累计销售117万辆,自2005年以来增长了10余倍。而仔细观察这个市场,真正的赢家其实是中高端品牌。据乘联会数据显示,1~8月我国排名前十的国产外资中高端SUV主力车型销量共计53.32万辆,同比增长29.2%,不仅高于我国SUV整体市场增速,较低端品牌其优势则更为明显。

在中大型SUV市场,汉兰达自2009年6月上市以来,一直热销不止。今年下半年月均销量超过9000辆,其中8、9、10三个月更是逼近万辆,11月又达到9474辆,截至目前累计销量已超过20万辆,占据细分市场50%以上的份额,以绝对优势领跑细分市场。

为了回馈消费者,从2011年12月1日至2011年12月31日,广汽丰田针对汉兰达全系车型在全国的销售店开展“无界巅峰荣耀,圣诞好礼相送”为主题的优惠活动。凡在活动期间购买汉兰达任一款车型,均可享受低至零利率的贷款优惠。

相信汉兰达凭借对中高端SUV市场的前瞻把握、有口皆碑的产品实力,加上年末盛惠,必将在年末再次掀起购车热潮。



市场格局生变 中高端SUV崛起

过去,中小城市SUV一直占据整个SUV市场的主导地位,中高端SUV主要集中在少量的进口车型、专业SUV等领域。

然而,随着汽车进入千家万户,消费者对汽车的使用和认识更加深入和理性,对更高端、更豪华的SUV的需求也逐渐显露。同时,SUV的主力购买人群消费能力普遍较高,他们喜欢SUV豪华尊贵的外观、宽大的空间和视野。而市场上中小城市SUV的空间仍然较小,外观也不够气派,传统的专业SUV舒适性不够好。所以,一部外形尊贵大气、空间豪华舒适的SUV,才具备更为广阔的市场前景。

基于市场环境的变化,汽车厂家纷纷涌入中高端SUV市场。今年,东风日产推出豪华跑车型SUV楼兰,瞄准更高端的细分市场,而纳智捷大7 SUV、上汽荣威W5、长城哈弗H6等自主品牌也开始走中高端路线。在刚刚落幕的广州车展上,上市发布的SUV新车达到史无前例的近20款,其中,新款奇骏、途观、科帕奇、国产奔驰GLK等中高端车型悉数亮相,显露出厂家对中高端SUV市场的勃勃野心。

抢占市场先机 汉兰达屡创佳绩

当众多车企还在大量推出中小型SUV的时候,广汽丰田对市场未来的走势已了然于心。2009年,广汽丰田推出首款“豪华城市型SUV”汉兰达,中高端SUV迎来了一名悍将。汉兰达以“无界限”的设计理念打造,兼具豪华轿车的操控性、舒适性、燃油经济性和豪华SUV的强悍外形、高通过性以及高端MPV的大空间,在细分市场上的优势非常明显。上市不久,汉兰达就成为中高端SUV里面最为抢眼的车型,月均销量高达6000多台,长期占据大中型SUV市场50%以上的份额。

此后的两年,中国汽车发展迅猛,蝉联全球销量第一。汽车的普及使得市场对中高端SUV的需求逐步释放。业内人士表示,过去几年,中低端SUV车型仅仅满足市场对SUV的基本需求,豪华城市型SUV汉兰达的横空出世,唤醒了市场对中高端SUV的潜在需求,孕育和带动了中高端SUV市场的发展。

如今,汉兰达精良的产品品质和售后服务已经深入人心,积累了良好的口碑。纵使众多车型加入,汉兰达的标杆地位和号召力依然无人能及。今年下半年,汉兰达捷报频传,7月销量达到8813辆,8、9、10三月连续逼近万辆,11月又达到9474辆,累计销量已经突破20万辆,稳居大中型SUV市场冠军。

此次广汽丰田推出岁末双重优惠大礼,无疑将助力汉兰达再次夺得年末购车热潮的先机,取得更辉煌的市场表现。

