



对标最好，上海打造“魅力之城”

依托基层党建堡垒，群租顽疾迎刃而解；借助共建共治共享，打通社区服务“最后一公里”；精细的“绣花”功夫，让城市更有品质更有温度……

中共中央政治局委员、上海市委书记李强说：“上海作为国际大都市，群众期待更高、要求也更高。”迈向卓越的全球城市，上海对标国际最高标准、国际最好水平，用心用情、精准发力、久久为功，为超大城市精细化管理这一世界级难题探索“上海答案”。

党建“红线”贯穿，社会治理有新作为

生活了三万四万人的“巨无霸”社区上海康城，曾经盗案频发、群租成疾，居民公共安全利益难以得到保障。

2016年起，针对上海康城现有4个居委会及相关职能部门“各自为政”，莘庄镇党委、政府挂牌成立了康城社区党委、康城社区委员会和康城社区中心，给居委会、业委会“打气撑腰”，后者召集居委会、警务站、物业公司、业委会、社区单位等定期开会，解决小区实际问题。当年，康城接报入室盗窃案数量就下降了一半，2017年又下降了八成。

“上海的魅力不止于外表，百姓对美好生活有期待，基层治理就要有回应。执政为民补短板，必须把堵点痛点打通。”十九大代表、上海普陀区莲花公寓居民区党总支书记梁慧丽说，“创新社会治理，根本在于加强基层党的建设。”

围绕创新社会治理、加强基层建设的“1+6”文件，上海持续多年啃硬

骨头、有新作为：一大批优秀人才投身社区，“一切围着基层想、一切围着基层转、一切围着基层干”，上海社区工作者队伍达4.7万人，其中大专以上学历占82%；持续用力补短板，2017年完成旧住房综合改造600万平方米，拆违超过1亿立方米，成片违法建筑基本消除……

李强说，重心下移、权力下放，基层活力提升，可以更加心无旁骛为居民服务，这方面的创新实践要进一步深化，更好地夯实基层基础，不断满足人民日益增长的美好生活需要。

共建共治共享，打通社区“最后一公里”

松江区西子湾社区书记郑丽娟，因所在社区居民大部分居住在松江、上班在张江，得了个“两江总督”的昵称。这个有着3355户居民的大型社区，外来人口占81%，小白领占55%，本科以上学历占70%，早出晚归的“两江青年”对社区活动并不“感冒”。

为了让更多的年轻人参与社区治理，郑丽娟组建微信群，带头实名“亮身份”。阳台漏水了，楼道灯不亮，消防通道被堵……只要在微信群一“呼”，问题必有回应；“亲子乐园”“闲置物品跳蚤市场”等年轻人喜闻乐见的活动，则让居民逐渐从“我向社区要什么”转变为思考“我能为社区做什么”。

十九大报告提出，打造共建共治共享的社会治理格局。上海在基层社会治理中，倾听民意、推动民议、借助民力、满足民需，打通社区服务“最后一公里”，提升群众获得感。

在浦东，“家门口”服务体系建设正

在全面铺开——农村居民买菜难，本地农户卖菜难？新场镇建设自产自销便民疏导管理体系，设定准入条件、制定诚信档案库，皆大欢喜；村民求医问药跑断腿？“朝阳村家庭医生诊所”把全科医生坐诊、注射补液、中医诊疗、配药等服务送到村民家门口；双职工家庭孩子放学后无人看管？居委会党支部联系共建资源，创办“330公益学堂”，每周五下午三点半为孩子们提供课后学习场所，解决家长后顾之忧……

目前，上海建立了“有困难找居村”工作机制，“全岗通”制度打破了居委会干部工作“条线壁垒”；错时上班制度让居民群众在8小时工作之外找到到人、办得了事；219个社区政务服务平台实现“一头管理、一门办理、一口受理、全年无休”；“全市通办”“收受分离”打破了户籍地或居住地限制，让居民群众在全市任何一个街镇中心均能申请办理事务，全市通办率从45.1%提高至91.5%。

学更好变更好，“绣花”绣出城市温度

1月1日，全线贯通的上海黄浦江两岸45公里岸线公共空间正式向市民开放，无数晨跑的市民在“无敌江景”中迎来新年的第一缕阳光。年底前刚刚开放的松江广富林郊野公园，则用乡情野趣，唤醒都市人的乡愁记忆。

上海市市长应勇说，精治、共治、法治，提升城市精细化管理；用心用情用力，使更多群众在家门口、于细微处感受到城市的温度。

在上海，既有摩天大楼的繁华霓虹，

也有梧桐树下的品质情调，更有生态人文的舒适温馨。上海建设卓越的全球城市，离不开基层治理的“婆婆”心肠，也离不开精细管理的“绣花”功夫。

深秋时节，漫步上海的29条落叶景观道路，梧桐叶翩跹而下，在脚下铺出一条金色大道。自2013年起，上海市绿化市容管理部门推出“落叶不扫”措施，让翩翩落叶留住城市温度。

“‘落叶不扫’不是任凭落叶堆积，而是进行更细致的保洁工作。”上海市容环境质量监督中心相关负责人说，为了不影响交通安全，保洁员只让人行道及下街沿的部分覆盖落叶；每天，保洁员要仔细清除落叶中的垃圾和枯叶，到晚上则全部扫掉，保证市民第二天看到的是“新鲜”的落叶。

既有柔性的理念，也有硬科技的智慧。平均每天有近60万人次通过铁路进出上海，火车站犹如“流动的城市”；地铁运行里程达617公里，日均最高客流超过1100万人次；每天500多万辆机动车上路行驶，道路交通日均事故同比下降20%……城市更有序、更安全、更干净背后，各种高新“黑科技”和人工智能功不可没。

日前，为防止网约车司机“挑单”，缓解乘客打车难，上海要求打车软件取消巡游出租车机端显示乘客目的地的功能，正在修订的《上海市巡游出租汽车预约调度服务管理规定》已将上述要求写入规定；此前，上海也是在全国率先出台网约车新规、共享单车新规，在培育互联网创新土壤的同时，探索破解城市运营的秩序和高效。

新华社记者 姜微 姚玉洁 郭敬丹
(新华社上海1月1日电)

贯彻落实市委全会精神

核心观点

强化创新驱动，应更加重视政府层面的创新，包括理念创新、制度创新、政策创新、工作创新、管理创新等等。打响“上海制造”品牌，我们有基础，还要有决心

十一届市委三次全会指出，必须适应新时代、聚焦新目标、落实新部署，真抓实干、埋头苦干，才能在新征程上迈出新步伐、实现新作为。

创新是引领发展的第一动力。抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。

上海作为“排头兵”“先行者”，以创新的思路来探索实践，趟出新路子，不辱使命，根本取决于发展动力转换的速度，取决于创新这个驱动发展的新引擎能不能成为主动力。创新是多方面的，包括科技创新、理论创新、管理创新、制度创新、人才创新等，还有企业、社会、政府等不同层面的创新。每个城市和地区，因为条件和阶段的差异，创新发展都有着各自的特色。在落实国家赋予的战略任务中构筑上海发展的战略优势，强化创新驱动，应更加重视政府层面的创新，包括理念创新、制度创新、政策创新、工作创新、管理创新等等。

自贸区建设和具有全球影响力的科创中心建设是上海肩负的两项国家战略。自贸区建设要坚持以制度创新为核心，发挥好先行者、试验田的作用，积极探索建设自由贸易港。政府要在“放管服”上下更大功夫，进一步做好简政放权的“减法”、做强监管的“加法”和优化服务的“乘法”，当好服务企业的“店小二”。

建设具有全球影响力的科技创新中心，就是要集聚全球和中国的科技创新资源，抢占战略制高点，在可能爆发颠覆性的新兴产业具有话语权和竞争力。要尽快提升张江综合性国家科学中心的“场效应”。要在科创资源集中的园区与城区，精心营造产业创新生态，提高各种创新团队、创投资本创业活动和投资活动的成功率。其中，无论是充满活力的产业创新生态、高效便捷的政务服务生态，还是富有吸引力的人才发展生态，都是政府更需要着力的方面。

创新发展要把握好时代脉搏。在新技术革命的影响下，制造业正在经历创新链、产业链和价值链的深刻变革。2007年全球市值排名第一的是埃克森美孚公司，互联网公司仅有微软一家进入前十。十年后，全球市值前十的公司已经变成了苹果、微软、谷歌、脸书、亚马逊、阿里巴巴、腾讯等互联网公司。这“沧海桑田”般的变化，也使推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，成为我国创新发展的必然要求。

“上海制造”曾经是中国制造的“名片”，在全球制造中有一席之地。在世界性的创新变革大背景下，以创新为引领，打响“上海制造”品牌，我们有基础。比如，从“追赶”到打破“洋”垄断，再到部分领域开始“领跑”，以联影为代表的新创公司正在书写“中国智造”新传奇。我们还要有决心。上海的制造业可以大有作为，也必须大有作为。要通过+互联网、+人工智能和互联网+、人工智能+这两种典型的形式，推动新一代信息技术与制造技术深度融合，实现产业的跨界发展，使战略性新兴产业增加值占比跃居全国的前列。这是创新驱动的直接结果，意味着新动能将主导上海的中长期发展。

“惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜”。科技创新+实体经济，并且，率先让金融中心、人才优势更好地服务于科技创新和实体经济，上海必将构筑起具有强有力的支撑作用、难以被人取代的战略优势。

(作者为上海交通大学安泰经济与管理学院教授)

陈宪

『在新征程上迈出新步伐实现新作为』系列评论

聚力创新，培育发展主动力

■优化上海营商环境

食安底线要守住 监管服务须到位 别让“网红”餐饮一出世就“出事”

申城有100多种“网红”餐饮，涉及约2000家门店，超负荷运营与扩张背后考验监管部门创新思路与做法

■本报首席记者 唐闻佳

喝一杯茶排一小时的队，吃顿饭排三小时的队，吃上喝上还得发朋友圈，这就叫“网红”餐饮。但“网红”餐饮往往也意味着超负荷经营与扩张，极易带来食品安全问题。如何避免“网红”餐饮出世不久就“出事”？如何让“网红”好品牌更好地服务消费者？近日，市食药监部门已经行动起来了。考虑到节假日会使“网红”餐饮的消费量激增，上海市食药监局邀请在沪部分“网红”餐饮品牌负责人座谈，讨论“如何把好事做好”，这也是市食药监部门着力优化营商环境的措施之一。

一夜爆红的品牌超负荷经营扩张，更需监管和服务

不论是一度要排五六个小时队的“喜茶”，还是分布于全市200家门店、全国1000多家门店的“一点点”茶饮，“网红”餐饮的扩张之路与过去历经几十年乃至上百年打造一个餐饮品牌的路径完全不同了。“网络时代的食客喜欢通过网络点评来‘觅食’，品牌也借助各种网络营销方式快速走到消费者面前。”一个“网红”餐饮品牌负责人并不讳言“互联网+”给他们带来了更短的成名周期。

问题是，走红之后，如何避免变色？

市食药监局餐饮处处长沈伟涛注意到“网红”餐饮现象，源自几年前的一起典型案例——“郑文琪小龙虾盖浇饭”。监管部门发现，这家店在不到10平方米的厨房里，高峰时每天卖出近1500份盖浇饭，“后厨一片混乱”。结果，一个员工感染肠道病，就导致菜品污染，多名食客食物中毒。

“任何一个品牌店要开办起来都不容易，创业团队花了很多心思把品牌做大。能成为‘网红’，在价格、服务、菜品上一定存在优势。但在快速发展过程中，食品安全



目前，上海有100多种“网红”餐饮品牌，共涉及2000家门店，这还不包括老牌“网红”。图为位于来福士广场的“喜茶”门店顾客盈门。

袁婧摄

的风险出现了，这是我们关心的。”沈伟涛谈到，“网红”餐饮势必经历超负荷经营、超负荷扩张，“原本200单的服务量一下子变成1000单，不到一个月就开出十多家门店，人员培训、制度落实的‘断档’都会给食品安全带来风险。监管部门的监管和服务必须跟上。”

“网红”品牌更亮，政府企业有对话机制

“老餐饮”沈伟涛的担心并非多余。回顾今年上半年以来的媒体报道，“一笼小确幸”“桂满陇”等“网红”品牌相继被报道出消费者在菜品中吃出蟑螂、苍蝇等异物，“一点点”也没有逃过。

品牌不火、创业者烦恼；火了，又有新烦恼。有意思的是，这次虽为“网

红”餐饮座谈会，到场品牌相关负责人都不约而同地表态：请不要叫我们“网红”。因为“网红”餐饮一出世就“出事”，令不少品牌希望“绕道走”，甚至他们都认为，“网红”就是一阵风，而他们的目标都是做成一家老店。

可见，品牌绝不希望自己“一红就黑”。问题是，“个案”是否从此不再出现？

“我们希望这些品牌能够在上海做好、做大，但同时关心的是，如同开车超速会有警戒提示，餐饮店超负荷扩张后是否也有警戒线，这条线怎么划、食安底线怎么守，诞生很多新问题。”沈伟涛说。

目前，上海大概集中了全国最多的“网红”品牌。记者从市食药监局了解到，已初步梳理出上海100多种“网红”餐饮品牌，涉及2000家门店，这

还不包括老牌“网红”，比如常年排队的“光明村”。

上海食品监管部门正在考虑针对“网红”品牌建立专门名单，并通过与第三方网络订餐平台数据共享、消费投诉热线等渠道，重点关注“网红”品牌，在加强监管的同时，也提高对品牌的服务意识。

比如，对涉及食品安全的投诉举报予以抓取，并给“网红”品牌提供风险提示。其次针对虫控等顽疾，市食药监已联合爱卫办等部门，公布本市有害生物防制服务机构资质企业名录，另外，开通“网红”品牌食安风险交流机制。

政府努力，企业也在努力，让“网红”餐饮不失控，为消费者提供更多喜闻乐见的品牌，这个特别的座谈会是一个好的开始。

一大会议址去年参观人次创纪录

今年将继续加强文物保护和现场安全维护工作

新华社上海1月1日电（记者许晓青）中共一大会议纪念馆1日向媒体介绍，2017年全年纪念馆参观人次达83.5万，刷新了参观人次纪录。

1921年7月23日，中国共产党第一次全国代表大会在上海望志路106号（今兴业路76号）召开。中共一大会议纪念馆创建于1952年，历史上曾出现多次参观高潮，特别是在建党90周年和95周年这两个年份，参观人数节节攀升，年参观人次逾60万。

2017年适逢中共十九大召开，当年的10月下旬至年底，每日参观者逾5000人次，极端高峰日超过7000人次。纪念馆馆长张黎明介绍，参观者热情高涨，其中既有中共党员，也有群

众，还有外籍人士。2018年，纪念馆将继续加强文物保护和现场安全维护工作。

中共一大会议纪念馆不仅完整修缮和保护了中共一大召开地的石库门建筑及内部陈设，同时还在馆内推出《伟大开端——中国共产党创建历史陈列》作为常设展览。包括第一批刊印的《共产党宣言》中文单行本等国家一级文物在此常年展出。

1日上午，中共一大会议纪念馆还举行了2018年上海市首场“国旗下成长”青少年升旗暨爱国宣讲主题活动。近百名青少年代表、改革开放同龄人代表唱响国歌，见证五星红旗冉冉升起。

文匯时评

中国新闻名专栏