

“善谋事”更要“多谋才”

李树杰

有位领导同志用 6 个字概括自己的从政经验:“善谋事多谋才”。仔细琢磨,一个领导干部要做到这 6 个字还真不简单。
“善谋事”,就是统揽全局、多谋善断。作为领导干部,在任期内总要干成一些造福一方百姓的实事。但干哪些事,如何才能干成,则是对一个领导干部能力素质最重要的检验。有的好大喜功,不切实际,尽管谋划了诸多所谓“大事”,但最终干成和干对的没有几件。有的则优柔寡断、瞻前顾后,拖延不决,错过了干事的良机。而善谋事者,既要胸怀全局、把握大势、抢抓机遇,又要科学分析、综合判断、量力而行。他们总能站在时代潮头,准确把握时机,或做别人想不到之事,或为别人不敢做之事。所谋之事先人一步,又十分紧要,关乎大局。可谓既干在先,又干得准、干得对、干得成、干得好。因此,成为一个“善谋事”的领导并非容易。
而“多谋才”,则是喜才、爱才、揽才、用才,知人善任,人尽其才,身边总能聚起一帮子想干事、能干事、干成事的得力干将。古往今来,人才兴事业旺。特别是现在,改革发展稳定 and 党的建设任务繁重,急需一大批思想解放、知识面宽、有朝气、有活力、有激情、有才气,生龙活虎式的干部。
对许多领导干部来说,重视“谋事”远超过“谋才”,常常把主要精力用在谋事上。实际上,“多谋才”比“善谋事”还重要。集聚了大量的人才,才能把事谋好。汉高祖刘邦手下人才济济,且谋事水平颇高。封举足轻重的韩信为齐王是

张良的主意。楚汉划界鸿沟后,乘胜追击引兵东向的项羽,是张良、陈平的建议。称帝后本欲建都洛阳,后改为入都关中长安,是刘敬的力劝。这些前瞻性极强又科学大胆的主意,可谓“见事早、得计早”,被刘邦及时采纳决断,起到了定乾坤的作用。比如,有了人才,才能把所谋之事干好。谋事靠人才,干事更要靠人才,正如毛泽东所说“政治路线确定之后,干部就是决定的因素”。选择什么样的人贯彻实施既定的路线方针政策,结果往往会不一样。
现实中,许多事情我们没有干成干好,问题的症结不是我们谋事谋得不好,而是干事时用人不当或缺乏人才。谋事上下了很多功夫,集中智慧、科学论证、慎思严密,但再好的决策和方案没有合适和恰当的人去执行落实,最后不了了之。历史上,诸葛亮长于谋事短于谋人,最后造成蜀国江河日下,走向衰落。诸葛亮的忠诚、敬业、智慧无可非议,唯独在选拔和任用人才上存在短板,没有培养出一批治国治军人才来。蜀国当初猛将甚多,几十年后却无人可用。说到底,这也是诸葛亮一生的遗憾。所以,出人才也是出政绩。一个领导干部离任时给当地或单位留下了一大拨人才,且个个堪当大任,也是了不起的贡献。
毛泽东说:“领导者的责任,归结起来,主要是出主意、用干部两件事。”邓小平也说:“我的抓法就是抓头头,抓方针。”出主意、抓方针是谋事业,用干部、抓头头是谋人才。没有好干部就没有好主意,好主意更要好干部去化为现实。谋事更要谋人,人用好了,他自己就会去谋事。一些领导干部重谋事、轻谋人,说到底也是事业大忌。

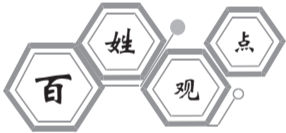


扫码领纸

“只要一部手机就够,今后上厕所再也不怕忘带纸了。”在江苏苏州寒山寺的公共洗手间内,游客林如仪体验了一次智能出纸机的便捷:通过微信扫描机器上的二维码,点击关注公众号,即可获得一节长约 80 厘米的纸巾。“‘高大上’设备,新鲜又实用。”林如仪说。
公共厕所是城市的基础设施,亦是文明的窗口。苏州近年推进“厕所革命”,不仅在市区范围实现了公厕全覆盖,更打造出越来越多让市民游客使用方便的厕所。

新华社发

“网红”故宫 没有“冷宫”



张凡

最近,故宫再次成为人们关注的焦点。美国总统特朗普的北京之行,第一站就选择了故宫。三大殿,宝蕴楼,畅音阁……故宫向世界展示着中国文化的源远流长、包容和合。而这几天,故宫博物院院长单霁翔也因为一段演讲视频“火了”,“千万别买我们的东西,太漂亮了容易弄丢”,幽默风趣的话语,与文物工作者的传统印象形成“反差萌”,一时间圈粉无数。威严与活泼,传统与现代,民族与世界,就这样和谐地集于故宫一身,让这座将近 600 岁的紫禁城、90 多岁的故宫博物院,如此鲜活地走进我们的视野,如此亲切地存在于我们的生活。
故宫对外开放、成为公共的文化设施,始于 1925 年 10 月 10 日。500 多年没有对平民开放过的紫禁城,突然向社会开放,自然观者云集。据当时的老员工回忆,当天闭馆后打扫卫生,光被挤掉的鞋子就捡了一筐。如果说当年的一拥而上,很多人还是抱着一睹皇家大内神秘的好奇心理,那么今天,每年 1500 多万人次走进故宫的背后,则是人们愈益强烈的文化需求。近些年来,海昏侯墓考古引发的观展热潮,冲刺看名画的“故宫跑”,让我们深切感受到公众对传统的兴趣、对文化的渴望。如何安放这样蓬勃的文化热情?如何对接文化消费的社会新风尚?这是今天博物馆发展需要回答的问题。
故宫的“走红”,恰好为我们提供了一个观察的视角。对于博物馆来说,收藏文物、研究文物,让昨天的历史能够经过今天完整地留给明天,是重要的;而让更多民众能够亲近历史,近距离感受文化的魅力,同样是重要的。有这样一个细节值得玩味:以前故宫的厕所是收费

的,每年能收入几百万元;游客要参观珍宝馆,也要花两块钱买一双环保鞋。对个人来说这样的收费可能并不高,但却让故宫显得没那么可亲可爱。如今,厕所收费早已销声匿迹,文化产品创收风生水起,这样的转变,不仅是经营模式的巨大进步,更是发展思路的改弦易辙。从板起面孔到俯下身,从自带敬畏感到“萌萌哒”“接地气”,更有亲和力、人情味的“人设”,不断拉近故宫与人们的距离。
今天的博物馆,不仅要提供更多的展览、展品,还要让“收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”,让文化真正走进人们的心里。在这方面,很多博物馆做出了有意义的尝试。比如,故宫根据网友提议生产了“冷宫”冰箱贴,同时还推出“御膳房”冰箱贴,并附一份介绍,说明故宫里并没有“冷宫”。苏州博物馆则另辟蹊径,每年季节性售卖“吴门四家”之一的文征明当年手植紫藤的种子。无论是通过充满趣味的文化创意实现知识的普及,还是通过传递 400 年老树的种子回望文人精神,都让传统文化在今天焕发了新的生命和活力。

故宫的老院长郑欣森曾说过,“故宫是有生命的,因为文化是活的生命。”只有发展才有持久的影响力,只有传播才有广泛的影响力;只有有影响力,文化才不会被“打入冷宫”,而是一直热腾腾的。处身互联网时代,博物馆要吸引更多的公众,更好地发挥文物展示、公众教育、文化传播的作用,就不能保持一成不变的严肃面孔,而要建立与公众的连结,不断拓展人们感知文化的渠道和深度。
不久前,上海博物馆为了迎接巨幅的古代山西壁画,史无前例地把博物馆的南门拆除了,这种对待文物的温情和敬意,令人感佩。而这似乎也是一种隐喻:文化蓬勃发展,传统生生不息,还需要拆掉更多的“门槛”,还需要更加开放的姿态,让更多的人走进来,让更多的文化走出去。

短 评

李洪兴

日前,“2017 国家品牌指数”排行榜显示,中国品牌总价值逾 10 万亿美元,位居世界第二。仅 2017 年就增值超过 3.1 万亿美元,“这等同于英国品牌的总价值”。中国正在用品牌魅力,赢得世界尊重。
从中国制造到中国创造,从中国速度到中国质量,越来越多的中国品牌成为高品质的代名词,成为一张张递给世界的国家名片。过去五年,我国创

新指数排名提高 13 位、“新四大发明”广为世界称赞、共享经济引领全球……中国品牌集体发力的背后,是加快知识产权强国建设的时代步伐,是实施创新驱动发展战略的国家意志,是推进供给侧结构性改革的有力行动。
品牌是一个企业的灵魂,也是一个国家实力的象征。2017 年 5 月 10 日,国内企业迎来了历史上第一个“中国品牌日”,当对品牌的重视从企业层面正式上升到国家层面,当更多企业以品质提升迎接消费结构升级,我们相信,在世界舞台熠熠生辉的中国品牌,将成为我国参与经济全球化的重要资源。

出 租

八一大道新闻街 6 号,整院出租,可办学校、医院、养老院等大型经营场所,有意者面议。
联系电话:18595538581

终止合作结算通知

周口永祥汽车销售服务有限公司:
现正式通知贵公司于 2017 年 12 月 30 日前与我公司联系,推进相关结算工作。
联系人:李相国
固定电话:020-39206988
特此通知
广汽传祺汽车销售有限公司