

# 以“归零”的心态融入学习 镇江市总组织工会干部赴上海交大研修

本报讯(通讯员 边江 记者 严江)6月15至18日,镇江市总工会联合上海交通大学举办工会干部综合能力提升研修班。该市人大常委会领导班子成员、各辖市区、镇江新区总工会主席,市直(产)业工委(会)主任(席),市总机关各部室负责人,全国模范职工之家单位和部分重点企业事业单位工会主席参加了本次学习。

镇江市政协副主席、市总工会主席、党组书记王荣正在开班仪式上强调,要通过学习统一思想、凝聚共识,切实增强做好新时期工会工作的责任感和使命感,从加强社会建设、服务改革发展、维护社会和谐稳定的高度,正确认识、准备把握和科学谋划新时期工会工作的发展目标、主要任务和重点工作

措,以市总“六型职工之家”建设为统领,让职工群众切实感受到工会是可以信赖的“家”,享受到“家”所带来的关怀和温暖;要强化自身建设,切实转变作风,努力提高服务广大职工群众的能力和水平,坚持理论联系实际、树立终身学习的理念,强化争当职工“娘家人”的意识;要端正学风、严守纪律,

充分展现工会干部的良好形象,以“归零”的心态参加学习,把自己融入课堂,从严格要求自己,确保学习取得实效。 据了解,本次研修班以推动工会干部提升综合能力、开拓创新思维、增强法治观念为重点,安排了多名高层次的专家学者就宏观经济形势、互联网发展、法治中国建设、国家智慧与工会干部素养提升等多个方面进行了授课,邀请了上海市嘉定区总工会有关领导与学员们共同分享了该区工会工作的特色做法与创新思路,学员们还集中参观了霍尼韦尔(中国)有限公司职工之家、爱心妈咪小屋、科技体验中心以及张江高科规划展示厅。

## 江阴市总启动“送书进企业”

本报讯(通讯员 江工)近日,江阴市总工会为长泾镇梦宝贝儿童用品有限公司送去了一批图书及音像制品,为该企业的职工书屋充实新的精神食粮,本次送书活动拉开今年江阴市总“送书进企业”的序幕。

按照江阴市创建全国文明城市工作的统一部署,江阴市总今年大力开展“送书进企业”活动,赠送一批励志、管理、技术、保健等方面的书籍和音像制品给企业的职工书屋,营造浓厚的学习氛围,倡导健康的文化观念,提高职工的文化素质,提升城市的文明程度。市总要求企业工会要利用好职工书屋这个平台,开展各种有益的读书活动,组织职工参加各类知识竞赛、演讲比赛、征文比赛,引导职工“爱读书、读好书”,最大限度地发挥职工书屋的文化教育功能。

据悉,今年市总将在全市建立20多个企业职工书屋。截至目前,全市已累计建成全国职工书屋示范点7个,省级职工书屋示范点6个,无锡市级职工书屋示范点20个,江阴市级职工书屋130个。

## 常熟工会开展各种活动增强职工素质

常熟市海虞镇总工会、镇宣传、文明办等部门联合举办的为期两个月的“阅动海虞 书香同行”全民阅读节活动落下帷幕。

近年来,常熟市各级工会围绕员工激励,劳资协调、制度约束等方面积极探索企业文化建设,让每位职工产生归属感和荣誉感,实现企业生产和员工素质的双提升。同时,各基层企业工会有针对性地组织开展各项劳动技能竞赛、“安康杯”竞赛和优质服务竞赛活动,提升职工队伍素质,促进职工岗位成才。组织系列专业技术、专业知识的培训考核和继续教育,提升职工的整体素质。组织开展消防、交通法规等专题教育,提高职工应急反应能力和急救水平。

今年以来,虞山镇工会开展“中天杯”职工汽车营销比赛,梅李镇工会开展青年职工厨艺赛、护士节理论知识竞赛和洗手操作比赛,沙家浜镇工会开展插花知识培训和技能竞赛,辛庄镇工会开展企业职工(电工)操作技能竞赛,碧溪新区工会联合新区公共事业管理科开展环卫驾驶员技能操作比赛,市邮政局工会一季度开展“开门红”劳动竞赛,二季度又开展“双过半”劳动竞赛活动,交通局开展出租车驾驶员技能竞赛,市环境卫生管理处工会开展了环卫示范标段、示范车队、示范中转站、示范保洁班组、优秀环卫工人、环卫争先创优劳动竞赛活动,市农委工会开展了动物防疫技能竞赛。

各级工会还组织登山比赛、自行车骑行比赛等各种健康向上、形式多样的群众性业余体育活动,丰富职工的业余生活,增强体质,营造积极向上的氛围和环境。常熟各企业工会通过各种会议、大屏幕、橱窗、板报等宣传途径,大力弘扬社会主义核心价值观,贯彻传达会议、文件精神,宣传企业动态,挖掘身边的先进典型,树立楷模,广泛宣传,号召学习爱岗敬业、勤勤恳恳、开拓创新、勇于奉献的精神。同时加强企业文化阵地建设,不断深化“书香企业”和“职工书屋”示范点创建活动,组织开展“一月一书一心得”职工读书活动、“好书进屋”等活动。到目前为止,常熟市总推荐了六本好书,收到读书心得130篇。组织的“岗位争贡献、共筑中国梦”主题征文活动收到稿件170余篇。

太仓市总工会采用菜单式选课,提供《班组长领导能力培养》、《5S现场管理知识》、《职场礼仪》等多门课程,由企业自主选择所需课程,同时,太仓市总“送课进企业”,联系安排授课老师进企业上门授课。按计划,全年预计将举办培训班22期,参训班组长将达到4000余人。

除了直接超标涨价,有些景区通过“打包加价”等方式变相涨价。根据甘肃省发改委的批复,今年7月21日开始,莫高窟的旺季门票价格将从160元上涨为200元。然而记者调查发现,从5月8日起,原本游客可以自行选择的门票价格为60元的“数字展示中心”游览项目,被“打包”进莫高窟统一门票,令实际门票价格上涨至220元。据景区客服人员介绍,7月21日起,莫高窟门票价格将进一步提高到260元。此外,一些地方性小景区的违规涨价也在频频发生。

除了违规涨价,有些地方的门票提价时间不按照国家相关规定。旅游法第44条规定,景区提高门票价格应当提前6个月公布。而秦皇岛市在今年3月召开听证会后,于4月1日起就“火速”提价,将原本旺季30元、淡季10元的长寿山和五佛山森林公园景区“打包”为旺季80元、淡季40元的长寿山·五佛山森林公园景区。

景区“成本压力说”成立吗? 近年来,每逢景区票价调涨,相关部门便往往以“成本压力”为由。但从公布门票业务的上市公司财务数据看,门票业务的收益十分可观。比如,2014年峨眉山A的游山门票业务毛利率达43%,以门票收入为主的大连圣亚的毛利率达到55%,同样以



端午假期,国家重点工程——沪通长江公铁大桥建设工地一派繁忙景象,广大工程建设者放弃和家人团聚,坚守岗位,以确保工程进度按期完成。 庞瑞和 摄

## “工会真是我家的贵人”

通讯员 孙美兰 记者 王君东

“现在,我也是大学生了。工会真是我家的贵人!”上个周末的下午,刚上完课的小燕兴奋地说到。

10年前,小燕从山东枣庄举家来南通时还举目无亲、居无定所,如今已在南通安家立业,还被街道工会推荐上了市总工会开办的农民工学历提升班,现在正在上本科。她说:“这一切想起来就开心,都是因为靠了工会娘家的特别关爱。”

小燕的丈夫郁雷霆在南通中远川崎打工。2006年,她来到南通,一家5口人租居在一间30平米的车库里。平时,她在家相夫教子,生活全靠丈夫的收入维持,经常捉襟见肘

“来到南通你们就是南通人!你的

难就是我们的难,我们都会来帮助你的。”新城桥街道工会和妇联的同志在一次走访中了解到这一情况后,街道党工委副书记、工会主席张宝君当即对小燕一家做出了这样的承诺。

之后,大家很快就行动起来。在工会和妇联两部门的联手协调下,先为小燕安排了一个早上七点至下午三点的环卫工作岗位。这样,她既能工作,又能按时接送孩子和忙家务。接着,大家又着手帮助小燕解决住房问题。找到了合适房源后,在帮助她联系了30多万元贷款的同时,又动员爱心人士捐资10多万元。2013年,小燕一家终于有了梦寐以求的新房。工会、妇联的干部还从自己家里拿来家具、被褥和学习用品等,帮他们

置全了家当。乔迁那天,大家又按照本地习俗送来肉、糕、粽等贺礼。

在异乡,孩子上学一直是小燕头疼的难题。经过工会干部的几番奔波努力,小燕3个小孩上学的问题不仅在城南小学和红太阳幼儿园得到了解决,“新城桥街道欣欣亲子俱乐部”还为他们提供免费的课外辅导服务。

安居乐业后,小燕对自己的事业和人生又有了新规划,考取了南通市优秀农民工学历提升班,实现了梦想已久的大学梦,读书费用也由街道工会、妇联支持。她丈夫也努力进步,年年被评为优秀外来务工人员。

“能遇上这样的好人,我们不知是哪儿修来的福分!”回想起这一切,小燕至今仍感动不已。

(本栏信箱:jsgrbs@126.com)

## 工会人·工会事

## 兴化推行个性化职业培训

有开展“创业+电商”培训,根据“互联网+”的发展需求,如组织开展电子商务提升班培训,培训开店流程、产品发布、网店经营等专业,适应职工进行电商创业的需求;开展企业内部培训,选择培训设施好、实训设备精良、具有本地特色的大中型企业,建立重点产业、重点行业技能

培训工种项目,积极开展订单、定向、定岗技能培训。同时,鼓励企业和职工参加培训,鼓励企业完善职工培训考核与使用相结合、业绩贡献与工资待遇相适应的激励机制,对培训获得专项能力、初级、中级、高级及技师、高级技师职业资格证书的给予专项补贴。

## 太仓工会开展企业班组长培训

本报讯(通讯员 陈玉磊 记者 计洪才)近日,太仓市总年内企业班组长培训工作启动,首期“双凤镇企业班组长培训”开课,全镇124名企业骨干班组长参加培训。

为了提高培训的针对性,太仓市总采用菜单式选课,提

供《班组长领导能力培养》、《5S现场管理知识》、《职场礼仪》等多门课程,由企业自主选择所需课程,同时,太仓市总“送课进企业”,联系安排授课老师进企业上门授课。按计划,全年预计将举办培训班22期,参训班组长将达到4000余人。



来自常熟市工会的报道

# 多地景区新一轮门票涨价的背后



本栏编辑/胡子

端午小长假期间,外出旅游的人数增加,景区门票价格又一次受到关注。据不完全统计,今年以来,至少有7地超过20家景区纷纷表示涨价。其中不乏公开违规涨价,有景区为了规避监管则实行“打包加价”。

“新华视点”记者调查发现,在多地景区票价不断上涨的同时,一些地方的门票收入流向不够透明,有些并没有完全反哺于景区的维护和建设,有的被用于与景区没有直接关系的政府工程,甚至支付当地发展旅游业的广告费。

## 多地景区违规涨价

根据国家发改委2007年发布的《关于进一步做好当前游览参观门票价格管理工作的通知》,门票价格在50元以下的,一次提价幅度不得超过原票价的35%;50元至100元的,一次提价幅度不得超过原票价的30%;100元至200元的,一次提价幅度不得超过原票价的25%;200元以上的,一次提价幅度不得超过原票价的15%。

据“新华视点”记者不完全统计,今年以来,福建清源山、南京莫愁湖等7地近20家景区均提高了门票价格。根据甘肃省发改委近期做出的正式批复,从今年10月10日起,麦积山风景区的门票价格将从70元上调至旺季110元,上涨达57%。

除了直接超标涨价,有些景区通过“打包加价”等方式变相涨价。根据甘肃省发改委的批复,今年7月21日开始,莫高窟的旺季门票价格将从160元上涨为200元。然而记者调查发现,从5月8日起,原本游客可以自行选择的门票价格为60元的“数字展示中心”游览项目,被“打包”进莫高窟统一门票,令实际门票价格上涨至220元。据景区客服人员介绍,7月21日起,莫高窟门票价格将进一步提高到260元。此外,一些地方性小景区的违规涨价也在频频发生。

除了违规涨价,有些地方的门票提价时间不按照国家相关规定。旅游法第44条规定,景区提高门票价格应当提前6个月公布。而秦皇岛市在今年3月召开听证会后,于4月1日起就“火速”提价,将原本旺季30元、淡季10元的长寿山和五佛山森林公园景区“打包”为旺季80元、淡季40元的长寿山·五佛山森林公园景区。

## 景区“成本压力说”成立吗?

近年来,每逢景区票价调涨,相关部门便往往以“成本压力”为由。但从公布门票业务的上市公司财务数据看,门票业务的收益十分可观。比如,2014年峨眉山A的游山门票业务毛利率达43%,以门票收入为主的大连圣亚的毛利率达到55%,同样以

门票收入为主的宋城演艺旗下的杭州宋城景区毛利率更是超过了75%。 大笔的门票收入去哪儿了?据峨眉山市A的年报披露,游山门票扣除各项税费后的50%左右要上缴峨眉山管委,此外还需从门票总收入中提取1.5%和3.5%作为“景区新农村建设和“景区专项资金”,其余的才计入景区门票收入。

专家介绍,我国还没有专门的就门票收入使用范围进行约定的法规性文件,只有少数地方性法规对此作了简单规定。比如,2011年颁布的《湖南省风景名胜区条例》规定,风景名胜区的门票收入和风景名胜资源有偿使用费应当专门用于风景名胜区保护管理以及风景名胜区内财产的所有权人、使用权人造成的损失进行补偿。

那么,在实际中,门票收入是否主要用于风景名胜的保护和必要的损失补偿了呢?以湖南张家界景区公布的数据为例,在武陵源核心景区180元的门票中,除了36.5元的“资源有偿使用费”,市、区、国家森林公园管理处三级单位要提取共计51元的“基础设施建设费”,真正用于景区的“运营维护成本”仅71元,占比不到40%。此外,市区三级单位还提取了8元的“价格调节基金”。总计交给政府部门的费用超过了票价的一半。

据记者了解,在安徽九华山风景区,九华乡和九华镇的民生工程建设项目也要从景区门票收入中“挤出来”。安徽某5A级景区相关负责人透露,作为自收自支的事业单位,“景区管委会每年需要多少经费便从下辖景区拿多少,有时并没有固定比例”。

除政府部门外,相关企业也会从门票当中“抽成”。比如,张家界旅游开发股份有限公司和峪园公路建设有限公司还要分别从张家界的门票中提取2.5元的索张公路建设费和7元的峪园公路建设费,这两条道路并非景区

内部道路。省澧水公司还要抽走2元的“防洪水利建设费”。

以“发展旅游经济”为名,一些地方还将巨额广告费用摊到游客身上。广东省韶关市物价局发布的《关于调整丹霞山景区门票价格的听证报告》显示,自2010年成功申遗后,丹霞山景区共投入1551万元宣传经费,这笔宣传经费也成为调价的理由之一。

## 景区门票取之有理用之有道

2014年8月发布的《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》指出,利用风景名胜区、自然保护区、文物保护单位等公共资源建设的景区门票等项目要实行政府定价或者政府指导价,体现公益性,严格控制价格上涨。而针对景区违规上调门票价格等行为,国家和地方发改委也曾多次发

文规范并组织专项行动强化监管。

中国社会科学院旅游研究中心研究指出,我国大部分5A级景区都依托于自然和文化遗产,且由地方政府主导,这类景区作为准公共产品,却没有统一、明确、完善的价格管理制度,定价机制也不甚完善。记者调查发现,尽管不少景区在涨价前都举办“听证会”,却往往沦为“涨价会”,甚至多提议的涨价幅度就已经大幅超标。

北京联合大学教授窦群认为,多地景区频繁涨价甚至违规涨价的重要原因,在于掌握了景区定价权的地方政府的收入冲动。“在地方政府眼里,景区门票收入虽不算多,但却是真金白银。就像‘印钞机’,每天都有进账。”在用门票收入作为“敲门砖”的情况下,景区门票相当于公益性的“征税”,应当“取之有理,用之有道”。然

而,一些地方政府将门票收入上收之后,却往往不再反哺景区建设,景区不得不通过持续涨价来弥补运营成本。

中国社科院旅游研究中心主任宋瑞认为,我国景区门票价格构成信息缺失,涨价依据也不向公众公开,门票当中是否“打包”了灰色费用,外界不得而知。“未来应优化景区听证会机制,多渠道公开公益性景区账本,接受公众监督,保障消费者的知情权和决定权。”

专家建议,还亟须制定规范,明确景区门票收入的使用方式,避免公共景区沦为地方政府的“小金库”。中国旅游研究院研究员战冬梅认为,对于景区频繁违规涨价问题,地方价格监管部门还应切实承担起责任,严格依法办事,对于失职、渎职的监管部门也应进行相应的处罚。 据新华社电

## 热点

## 景区乱涨价为啥「打不死」?

一到节假日,富起来的民众怀抱“世界那么大,我也想去看看”的情怀蜂拥进入各大景区之际,涨价门票、景区食宿价格总是让人会有一种大煞风景、“人为刀俎、我为鱼肉”之感,影响兴致之余也倍有悔不该来的挫败感!景区门票治理何以成了打不死的“小强”呢?

首先,从单纯行政治理上看,“雷声大雨点小”、处罚高高举起轻轻放下是旅游市场管而不绝的重要原因。无论是针对旅行社“低价团”旅行,还是部分景区公然违法国家相关规定突击提价、“超标”提价和无视公示、听证程序的“火速”提价,瞄准的都是门票经济的“多、快、好、省”和旅游市场人火头热的“提款机”效应,与可能遭受的行政违法成本相比较,小额的罚金、口头的警告和“黑”名单,简直不值一提。

其次,从门票经济的去向来看,收取“超标”、“高价”门票显然不是景区管理方的一意孤行,比如曝光出来的门票分成去向就有“防洪水利建设费”、“景区宣传费”、“资源有偿使用费”、“价格调节基金”、“基础设施建设费”等等。除此之外,还有

官方背景的各类管委会、管理局的日常行政经费的分成,很显然,景区门票俨然成了不少地方政府的“唐僧肉”和“摇钱树”。从这个意义上讲,治理景区门票乱涨价、乱提价行为,必须加大旅游经费去向的法律规范立法,从而从根本上管住地方政府那“伸的长长的手”!

此外,对地方政府的景区门票的制定权、涨价约束过于宽松而价格监管过于疲软密切相关。在宏观经济下行压力加大、房地产经济持续下滑的当下,财政收入捉襟见肘的压力之下加剧了对旅游经济景区门票经济的依存度,也进一步加剧了不少地方门票乱涨价行为的违法冲动。

景区门票乱涨价、乱提价“冰冻三尺、非一日之寒”!有地方政府掺和的门票利益乱象靠靠旅游行政监管部门显然难以“毕一功于一役”,需要完善旅游相关法制,需要厘清门票经济的使用途径,需要行政的强力监管、需要民众的合力监督。大道至简:“阳光是最好的防腐剂”!唯有如此,打不死的“小强”才彻底不会成为蒙在旅游者内心的一个阴影。

徐文