



国内统一连续出版物号
CN 32-0104
邮发代号
27-67
主办
凤凰出版传媒集团
出版
江苏现代快报传媒有限公司

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
网址
现代快报网 www.xdkb.net
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

今日值班班
王磊
头版责编
颜玉松
版式总监
沈明

零售价每份1.5元

没有开幕式的书展何以更走心

7月1日,第十三届江苏书展拉开帷幕。本届书展取消传统开幕式,突出开门办展,新气象十分吸睛。

举办大型活动,开幕式的意义和作用不言而喻。但是不是所有活动都得举办开幕式,却不可一概而论。科学认识形式和实质的关系,本届书展摒弃传统开幕式的“惯例”思维,既是实事求是,也是改革创新的举措。

取消传统开幕式,节省和集中资源办大事,自不待言。应该看到,此举并不是为取消而取消,而是因地制宜、因时而动,实现“没有开幕

一方面,书展在体量、内容和呈现方式上立意高远;另一方面,书展在新技术、新理念、新路径等方面持续获得突破,使得旧有的“框框”被打破。把读者放在中心位置的办展、交流、共鸣,更让人感同身受、念念不忘

式胜过开幕式”。

书展的多元化探索足以说明问题。苏州主会场总面积比上届增加约8500平方米;主会场共举办阅读推广活动219场;书展全面满足受众读、看、赏、听的需求;开辟专门直播间宣传推广、直播带货;首次举办馆藏图书交易大会……可见,一方面,

书展在体量、内容和呈现方式上立意高远;另一方面,书展在新技术、新理念、新路径等方面持续获得突破,使得旧有的“框框”被打破。

换言之,本次书展作为没有“围墙”、不设门槛、打开心胸的盛会,展现的是创新的意向和思维。

诸般追求,归于“以读者为中

心”的办展导向。通过“晒晒我的家庭书房”增强互动性、展示“历届江苏书展最受读者喜爱的好书”提示“读者导向”、投放不低于3000万元的优惠券总额助力读者消费,凡此种种,皆是在向读者“示好”的基础上,对书展的境界与格局极力拓展,以期“书展效益”最大化。

书展从来就不是一场单纯的展览,而是以“书”为名的人心雅集、思想碰撞。唯因如此,把读者放在中心位置的办展、交流、共鸣,才更让人感同身受、念念不忘。

现代快报首席评论员 戴之深

互动体

调研文章“漂亮”了,可问题咋办?

现代快报6月30日社评《“调研科没空调研”是典型形式主义》一针见血地指出,靠层层上报的材料堆砌而成的“漂亮”文章所以能大行其道,乃在于一些基层领导干部身上的官僚主义在作祟,默许甚至褒奖这种做法。

在笔者看来,问题还不止于此,关键在于一些基层领导干部热衷于做表面文章,只求文章漂亮,不求解决实际问题,根本不重视调查研究;关键在于一些基层领导干部对调查研究存在一种错误的认识,以为调查研究得来的一些问题,有可能是自己领导无方造成的,一旦曝光影响自己的政绩,所以不愿意去真正重视调查研究。

毫无疑问,真正沉下去调查研究,肯定会发现不少问题,甚至是一些错误的做法,但这绝不能成为不重视调查研究的理由。实际上,倡导调查研究的初衷,正是为了发现工作中存在的各种问题,研究分析问题形成的原因,进而找到解决的办法。如果一味遮丑护短,用大话、空话、套话取代调查研究,文章虽然是“漂亮”了,但下面的问题依然存在,对各项事务有害而无一益。

因此,要想彻底解决“调研科没空调研”问题,必须做到有担当、敢负责,鼓励和放手让调研科的同志们沉下去调查研究,这样才能让调查研究真正落到实处。

南京 孟木二梓

让调研人员有时间调研

我觉得,“调研科没空调研”不只是典型的形式主义,也是典型的假大空。

按理说,调研部门的主要职责是通过深入基层调研,总结成功的经验,发现存在的问题,然后提出建议,给领导的决策提供参考。在现实中,一些调研部门变成了秘书处,成了为领导写讲话稿、工作总结的写作班子。我曾长期在机关工作,对这种现象有一定的体验。由于会议多、汇报多、讲话多,领导忙不过来,只能依靠秘书班子提供稿件。一篇讲话稿、一份工作总结,不是几个小时能写出来的,成天忙于写稿,就是想下去调研也无法做到。偶尔下去一

下,也只是走马观花,只能看到一些表面现象,抓不到本质的东西。于是,在写稿时就来个“笔下生花”,随意拔高。有这样一件事,一单位报上来的总结,列举的实例是发生在三年前的,连续用了三年。如果讲话、工作总结搞形式主义、假大空,就会把工作引到“斜路”上去。要改变这种现状,必须先解放调研部门,让他们一心扑到调研工作上。这意味着得先改变观念,别把调研部门当成写作班子,而是要他们拿出真实的有分量的调研报告来,给领导决策提供参考。当然,精简会议也是让调研科腾出时间的一大前提。

南京 吴文元

梅雨季如何告别湿答答? 除湿产品成“新宠”

“雨打黄梅头,四十五日无日头”。最近,“暴力梅”席卷江苏多地,开启了湿答答、黏糊糊的梅雨季。现代快报记者探访发现,进入梅雨季,除湿袋、除湿机、干鞋器等各类防潮除湿产品迎来销售旺季。阴沉多雨、闷热潮湿的天气总是令人不适,梅雨季节如何告别湿答答?现代快报记者整理了一些防湿除霉小妙招,教大家撑起一把“防潮伞”。

现代快报+记者 史童歌 杜雪迎 文/摄



除湿袋



除湿机



袋装防蛀防霉片剂

除湿盒等防潮用品热卖,有线上店铺月销量过万

6月30日上午,现代快报记者走访了南京多家商超,各类除湿产品摆在醒目位置。在秦淮区龙蟠南路一家大型商超内,有近20种不同品牌、种类的防潮用品,价格从3元到30多元不等,包括除湿盒、吊挂式除湿袋、放置型除湿袋、防蛀防霉片剂等。

超市营业员告诉记者,最近选购除湿产品的消费者明显增多,“这些防潮产品基本都是用于衣柜、书柜、鞋柜、鞋柜等地方,也有消费者购买香樟木条放在抽屉、收纳盒里,不仅可以防虫防蛀,还会散发香樟木条的淡淡香味”。

在大行宫附近一家超市内,记者看到,有除湿盒、除湿袋和防蛀防霉片剂售卖。其中,除湿盒13.9元3盒,每盒210g,主要成分是氯化钙和香料,可以用于去除衣柜、书柜、

鞋柜、鞋柜等潮湿之地的湿气和霉气,保护衣物、贵重物品等干燥、不受潮。使用时,撕去封口铝膜,白色的吸湿剂颗粒遇湿气形成水分流入储水格内,当吸湿剂全部形成水分时,就需更换新的除湿盒。除湿盒13.9元3盒,吸湿能力是每袋400ml,可用于衣橱等可悬挂的地方。除了除湿盒、除湿袋等,还有防蛀防霉片剂售卖,每袋9.9元,主要成分对二氯苯含量99%,可用在衣柜中,让衣物远离霉斑生长。

“这个天湿漉漉、黏糊糊的,不注意防潮除湿,家里很容易生霉,衣物也容易有异味。”市民刘女士告诉记者,自己一直有购买除湿袋、除湿盒摆放在家里的习惯,但6月进入梅雨季以来,除湿袋更换的频率变快了,“能用多久依潮湿程度而异,之前一袋能用两三个月吧,现在滴水明显变多了,一周就能有小半袋,这说明最近真的特别潮湿,我又囤了一小箱。”

除湿桶、除湿棒、防霉包、除霉

喷雾……电商平台上的除湿防霉日用品种类更加丰富,不少产品的月销量都在上万。记者注意到,有一家店铺的除湿袋,月销量高达5万多,价格实惠,2袋3.99元,26袋19.9元。还有一家店铺售卖的活性炭吸湿干燥剂月销9000多,价格是19.9元30袋,采用改良活性炭,可除湿防潮,还能吸附异味。

除湿机、干衣机……除湿小家电成“新宠”

除了除湿袋、除湿盒等日化商品外,带有除湿防潮功能的小家电也颇受欢迎。

95后的苗苗告诉记者,自己租住的房间是朝北的,很少能晒到太阳,随着梅雨季到来,总感觉家里有一股味道。“在网上搜了各种除湿方式,先是买了除湿袋放在鞋柜里,最近又下单了除湿机放卧室里,开机一个小时左右,就能明显看到水箱里吸了不少水。”

“最近购买除湿机的市民很多,有一款899元的已经售罄了,还在等调货。”秦淮区瑞金路的一家电器品牌店的店员介绍,店里有4款除湿机,价格从800多到3000多元不等,主要区别在于除湿量和适用面积,比如1699元一台的除湿机,日除湿量在23升左右,适用于20㎡到30㎡的房间。“除湿机相比于空调除湿更省电,而且可以在家里自由摆放,是梅雨季的必备‘神器’。”

此外,干鞋器、干衣机等也成为“新宠”。在电商平台上,有各式各样的内衣烘干机、衣物烘干机、干鞋器等,除了烘干功能外,部分产品还增加了紫外杀菌、除臭、热风等功能。需要注意的是,有媒体曾报道少数烘鞋器产品由于设计不合理导致使用时存在漏电问题,业内人士提醒,要尽量避免在高温环境下使用干鞋器,在使用时要检查产品的散热孔是否通畅,注意产品使用时处于良好的散热环境,防止出现用电安全问题。

梅雨季防潮指南

梅雨季节气温高、空气湿度大,家里的所有家居用品都在接受着梅雨的考验。那么,梅雨季应如何防潮呢?现代快报记者整理了一些防湿除霉小妙招。

1. 开窗通风有讲究,早晨和晚上湿度较大,可以适时关闭窗口。空气过于潮湿时,尽量关闭朝南和东南的窗户。雨水间歇天气转晴时,及时开窗通风;
2. 使用专门的长效抑菌型洗涤剂洗衣服,避免衣物阴干的臭味。或是选择高温烘干的方式,可以有效地杀灭衣物上的细菌,还可以在梅雨季里大幅缩短衣服变干的时间;
3. 利用空调除湿功能、除湿机等保持环境清爽干燥,一般建议空调开1~2小时除湿功能即可,除湿机目标湿度设置在55%~60%之间最为舒适;
4. 专用于防潮除湿的干燥剂,合理放置可以有不错的防潮效果。吸湿盒适合放在沙发下、墙角处、卧室床下和橱柜下面,而以吸水树脂和木炭为原料制作的除湿包,则适合放置于衣柜、鞋柜等密闭空间。
5. 梅雨季易引发食品霉变,建议大家使用密封袋保存食物。

版权声明

现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

- 1 任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权;
- 2 本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任;
- 3 欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师