

市直机关办事服务大厅满意度调查本周五结束

请剪下调查问卷寄到、送到“郑州晚报市直机关办事服务大厅满意度调查小组”
请登录“爱晚报”网站(www.izzwb.com)参与网上调查

晚报重磅推出“41个市直机关办事服务大厅满意度调查”活动以来,市民参与的热情持续高涨。昨天,通过拨打晚报新闻热线,加入晚报QQ群等两种方式参与调查的市民有千余名,本报紧急抽调人手,以保证电话线路的畅通。

有近200名市民亲自把调查问卷送到了“郑州晚报市直机关办事服务大厅满意度调查小组”。网上调查活动持续火热,截至昨晚

6点,已有近2000名网友登录“爱晚报”网站参与活动中。而排名前三的名单出现了变动,市交通运输委员会继续领跑,市国资委、市城市管理局紧随其后。

此次“41个市直机关办事服务大厅满意度调查”活动将持续至本周五24时准时结束。

今起,请市民继续参与调查,讲述办事经历,提出意见和建议,本报会将这些意见和建

议等汇总,反馈给相关单位。

方式一:致电晚报新闻热线67659999;

方式二:点击晚报新闻QQ:1643635345;

方式三:剪下2010年11月23日《郑州晚报》调查问卷寄到“郑州晚报市直机关办事服

务大厅满意度调查小组”;

方式四:登录“爱晚报”网站(www.izzwb.com)参与网上调查。 本报群工部

市直机关文化建设 专栏之四

市中级人民法院 廉政文化走进家庭

每年的节假日前,郑州市中级人民法院干警的家属都会收到一份廉政信,信中写道“家庭应该是廉政的港湾,而不应该成为腐败的漩涡”,“一念之贪,损德,毁自身,殃及儿”之类的警句,法院还邀请其家属监督法官8小时外的行为。

近年来,市中院以廉政为主题,以文化为依托,深入开展机关文化建设,积极创新,丰富载体,真正树立了“公正,廉洁,为民”的法院精神文化旗帜。

为进一步引导干警以廉为荣,形成浓厚的廉政文化氛围,该院成立检查组,开展司法作风大检查活动,对干警着装、考勤、警车使用等情况进行随机检查,对法官庭审礼仪进行暗访录像,对干警违规行为发现一起,查处一起,随案向当事人发放廉政监督卡,并从社会各界聘请269名廉政监督员,定期听取对法院干警审判作风和廉政情况的意见和建议;制定干部教育学习计划,进行年终考评,组织观看廉政教育片;开展各种实践活动,组织廉政文化晚会,组建太极拳、登山等俱乐部。

如今,市中院广大干警司法职业荣誉感强烈,涌现出大批像“全国模范法官”李晓昱一样的优秀干警。

晚报记者 孙娟 实习生 张婷

郑州市户外广告整治 进入全面拆除阶段

逾期不自拆将采取强制措施,明年3月起按规划重新设置

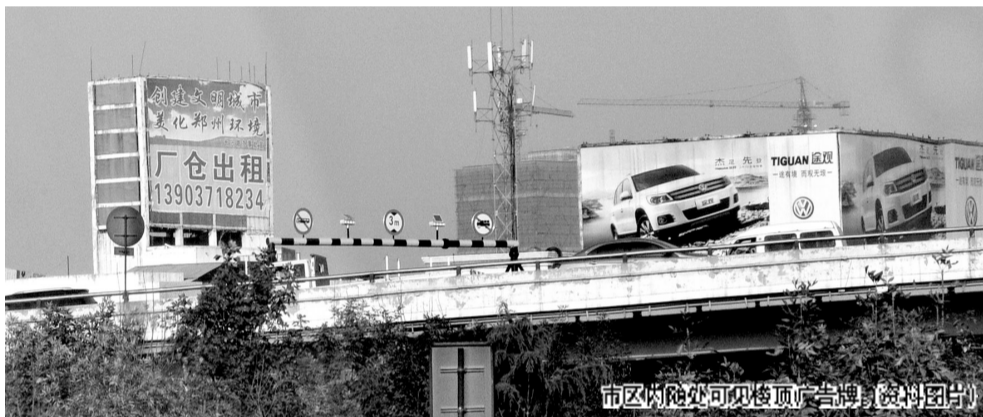
昨日,市政府召开新闻发布会,通报了郑州市户外广告整治活动的有关情况,截至昨日高速公路两侧户外广告已拆除71块,目前各类违法户外广告进入全面拆除阶段,将按照先自拆后强拆的原则进行。明年3月1日起,我市将按照规划对户外广告重新设置,严格审批程序,并出台《郑州市户外广告位有偿使用办法》配套办法。 晚报记者 孙娟 实习生 张婷/文 晚报记者 廖谦/图

大部分户外广告均未审批,整治内容有三大项

市城市管理局局长余遂盈说,户外广告业属于投资少、门槛低、技术含量低、高收益的行业,几年来,郑州市就注册了近5000家广告公司。根据统计,郑州市域内高速公路沿线已拍卖的广告共46处,在四环以内区域户外广告已经审批的有20处,其余均未审批。“很多就是自己搭建,然后收费拉广告。”余遂盈说。

为此,市委、市政府决定,依法对全市户外广告进行全面整治,实现户外广告的统一规划、合理布局、安全规范、统一监管,进一步改善城市形象。整治范围包括市建成区(含四环)、上街区、航空港区、机场高速沿线、高速公路市域段、黄河大桥、铁路沿线市域段、出入口等违法违规设置的户外广告。

整治内容主要有三大项:对违法违规的户外广告依法拆除;在建筑时预留广告位的,论证后需保留的,交罚款补办手续,提升档次;个别办有手续的户外广告暂时保留,提升档次。LED显示屏暂时保留,经论证后未经过审批的需保留的,进行处罚后补办审批手续。现有楼顶霓虹灯改建为镂空、无背景、发光字形,且只书写店名和标志,禁止书写经营产品或服务内容、联系方式;不得趁整治之机新设置楼顶霓虹灯。



月底前违法户外广告数量和位置将统计到位

本次广告整治活动从2010年10月26日开始,2011年4月30日结束,共分宣传发动、拆除、规划论证公示、规划实施四个阶段。

其中,拆除阶段从本月21日开始,一直持续到2011年2月28日,对需要拆除的违法户外广告责令其限期自行拆除;逾期不拆除的,由各区(管委会)、有关县(市)政府,根据任务分工依法强制拆除。

目前,相关职能部门正在抓紧推进各项工作,其中环城快速路人行天桥广告整治基本完成,高速公路两侧户外广告整治工作已于11月21日开始进行强制拆除,已拆除71块,市内主次干道及背街小巷户外广告统计工作已基本完成,预计月底前,我市的违法户外广告数量和位置将统计到位。

明年3月1日起,我市将按照规划对户外广告重新设置

2011年3月1日起,我市将根据规划方案对全市户外广告重新设置。目前,市规划局正在对2009年《郑州市主次干道户外广告设施整治规划》进行补充和完善,在此基础上完成郑州市户外广告规划。

市政府副秘书长陈新说,我市将学习借鉴外地先进经验,探索户外广告有偿使用办法,拟制《郑州市户外广告位有偿使用办法》,推进广告业商业化运营模式,在此基础上建立长效管理机制。“整治后的户外广告,将做到高水准、高品位、内容简洁、色彩舒适,使广告设施与市民生活和谐相处。”

我市首个居民小区地下层“挂牌”

小区防空地下室,物业无权当作地下车库挣钱

新建小区的地下层,是防空地下室还是地下车库,一般老百姓难以搞清楚,甚至不少开发商在人防工程中打着“出售车位”广告,混淆业主视听。昨日,二七区亚星盛世小区地下层挂上了“郑州市人民防空工程”标志,这也是我市首次举行人防工程挂牌仪式。

据悉,人防工程挂牌制度今后将逐步向全市各大小小区推广,百姓只需要看一下标志,就知道地下层的性质是什么了。

晚报记者 孙娟 实习生 张婷

是防空地下室,还是地下车库? 业主花钱也糊涂

市民马先生介绍,去年他在长江路某住宅小区购买了一套商品房,今年装修入住的时候,小区的防空地下室被划分成五六十个停车位出售给业主,每个车位的售价在8万元左右。由于地面没有车位,马先生就购买了一个车位。

对于车位的性质,马先生一点也不清楚。“当时开

商说出售车位,我买了一个车位,开发商没说这是什么性质,只说没有产权登记,还说全市地下车库都这样。”

记者在走访中发现,城区绝大部分建筑有地下人防工程的小区,基本都将地下建筑用于车库,有的租有的卖,收取的停车费用并非一个小数字。如今,地下车库的收益,是物业的重要收入来源之一。

小区地下层,经人防办批准才能变地下车库

那么,开发商有没有权利处置人防工程呢?

市人防办工作人员刘女士说,由人防部门出资建设的人防工程,使用权归人防部门所有,由开发商自行出资建设的人防工程,按《物权法》规定,“谁出资、谁建设、谁受益”,开发商有权对其进行维护和管理,但所有权属于国家。平时开发商通过租赁、抵押等方

式获得的利益归开发商所有,但是一旦发生紧急战事,国家将会无偿调用这些人防工程,希望业主们在购买的时候能够注意这些问题。

据介绍,目前归我市人防办直管的一些小区地下层改造成临时停车场,经过市人防办的审批。而大部分小区人防工程都是自改停车场,没有经过申请。

释疑

地下车库不等同于人防建筑

对于地下车库与人防建筑的区别,很多市民都不是很清楚。昨日,记者采访了市人防办副主任秦勇。

秦勇告诉记者,地下停车场就是人防建筑,这是个误区。目前一些小小区除了建有人防建筑之外,也有一些地下层属于开发商投资建设的地下停车场。

地下停车场在功能上只要满足了安全和停车就可以了,而人防建筑在设计之初,除满足通风、通信、防汛、防毒、供水等要求外,在污水的处理上也有明确的规定,同时人防建筑还应具备独立的电源系统。

6494万元预算超收 给力郑州综合保税区

昨日,记者从河南省十一届人大常委会第十八次会议上了解到,今年省级探矿权使用费及价款收入、国有土地使用权出让金收入比年初预算超收了23亿元,其中,探矿权采矿权使用费及价款收入超收20亿元,国有土地使用权出让金收入超收3亿元。

根据“两权收入”专款专用的要求,拟从2010年两权价款增收部分为省国土资源开发投资管理中心一次性注入资本金20亿元。

而国有土地使用权出让金收入超收的3亿元,安排以下项目:郑州综合保税区建设资金6494万元、河南艺术中心建设资金1亿元、补助市县13506万元。

晚报记者 李萌

中州大道东段将建经适房

昨日,记者从郑州市城乡规划局了解到,中州大道东、金岱路北将建设一处经济适用房项目。

据了解,由河南信泰置业有限公司建设的经济适用房项目用地位置位于中州大道东、金岱路北,用地面积15988.29㎡,建筑密度低于30%,容积率低于3.5,建筑高度低于100米,绿地率超过30%,停车位254个。 晚报记者 李萌

15个基层农技站年内运转

昨日,记者从市农委了解到,我市基层农技推广服务区域中心站建设取得阶段性成果,25个区域中心站正在加紧施工,中牟、荥阳等地15个中心站将在年底前交付使用,大量科技成果将与农民见面,转化为生产力。

据了解,基层农技推广服务区域中心站将担负推动区域农业可持续发展,开展农民技术培训,农业新技术新成果引进、试验、示范和推广的重要职能。我市依据粮油、蔬菜、水果、花卉苗木、畜禽、水产等优势主导产业区域布局和规划,规划每区建设1~2个、每县(市)建设5~7个,全市共建设40个区域中心站。

晚报记者 黄盈