

→ 察者看台

期盼农民丰收节让农民尽开颜

李云勇

国务院近日公布关于同意设立“中国农民丰收节”的批复。批复指出,关于申请设立“中国农民丰收节”的请示收悉,同意自2018年起,将每年农历秋分设立为“中国农民丰收节”。具体工作由农业农村部商有关部门组织实施。

作为农业大国,中国要强,农业必强。中国要富,农民必富,首当其冲的是让农民多多丰收。设立“中国农民丰收节”,正是顺应了新时代国强民富的需要,切合了广大农民的期盼,为乡村振兴战略增添了靓丽的一笔。

农民丰收节,要让农民多收三五斗。农民丰收节,顾名思义,就要让农民年年有余。上世纪八十年代初,包干到户第一年,农民交足征粮购粮,吃粮不再愁,不用餐餐吃红薯。今天,我们仍要看到丰收的积极意义:“包干到户”让农村旧貌换新颜,“乡村振兴战略”让新农村建设突飞猛进。同时更要发挥好技术的威力,让农民掌握更多先进的技



术,如种植优质高产农作物,善用互联网,让农作物与市场紧密衔接。只有与时俱进,制度技术两相宜,才能让农民收入多多。

农民丰收节,要让农民实现双丰收。得益于改革开放的政策,农村发生了翻天覆地的变化。但是不容忽视的是,一些农村出现了一些不和谐音符,如一些农民荷包鼓了脑袋却穷了。比如一些农民思想加速堕落,大兴土木、搞豪华坟墓等,引起了社会的广泛担忧。要让农民物质精神双丰收,经济要抓好,精神文明建设时刻不能放松,要让遵纪

守法等和谐新风时常劲吹农村。

农民丰收节,要让农民真正唱主角。设立农民丰收节,自然会举办相应活动。最怕的是不相关的人员参与进来,反而成为活动主角,让农民成为旁观者。比如数十年前,笔者亲见某人(从没有在农村呆过一天)以农民身份获得全省农运会比赛冠军。如城市人挤占专属于农民的舞台,多年来此类现象并不少见,这必须引起重视。农民丰收了,如果举办一些脱离农民实际的活动,也会促长攀比等不正之风。农民丰收节,应当让农民自己作主、自娱自乐。

“说一千、道一万,增加农民收入是关键。”设立农民丰收节,推动广大农民都尽快富裕起来,这是利国利民的大好事。要让丰收成为农村好声音,要让农民讲好增收好故事,要让农民登台唱好主角,设立农民丰收节才有意义。这样才能引导农民站在时代潮头,唱好农民增收歌,同心高歌中国梦。农民丰收节,农民尽开颜,如此才不负这个伟大的新时代。

→ 热点漫评

办卡需谨慎 监管快跟上

张忠德

近日,某全国连锁儿童室内游乐设施品牌旗下部分亲子儿童乐园门店因关店、暂停营业等原因,导致会员卡无处可用或者无法退款等问题相继出现,再次引发公众对预付卡风险的关注。

近年来,随着美容美发、娱乐健身、教育培训等行业竞争越来越激烈,一些商家以较低折扣吸引消费者购买预付卡。但是,预付卡消费投诉也日益成为消费投诉的焦点,不少发卡企业频频爆出恶意欺诈、敛财跑路、霸王条款等坑人陷阱,使众多消费者蒙受损失却申诉无门。

预付卡问题频出,一方面是由于消费者办卡盲从和谨慎所致,另一方面也暴露出相关预防、监管和处罚机制不健全。事实上,早在2012年,商务部就发布了《单用

途商业预付卡管理办法(试行)》,其中明确规定,单用途预付卡归各级商务部门管,发卡企业应在开展此业务之日起30日内前往各级商务主管部门备案。要是不备案还逾期不改正,要被处以1万元以上3万元以下罚款。但据检查发现,大部分发卡商家并没有在当地商务主管部门备案。越来越多的企业采取“预付卡式”的经营模式,这显然暗藏着巨大的社会风险。

因此,对于消费者来说,办卡需谨慎,储值更应当心。对于监管部门而言,要走出办公室,主动督促发卡主体备案,将其纳入监管范围,做到事前备案也要加强事后监管。同时,当出现违法现象时,要对违法经营者严厉处罚,并及时对企业的失信信息予以公示,使其一时失信,处处受限,增大其违法成本。此外,应建立



风险保证金制度,由监管机构对发行商家进行定期评估,根据商家的经营状况和信誉决定风险保证金缴纳的比例,从而增强预付卡的信用基础,在商家破产、跑路时,降低消费者的损失。同时,应加快建立消费预防机制和惩罚赔偿机制,对跑路和恶意侵占的,要进行治安处罚甚至追究其刑事责任。

→ 有话就说

邮筒是需要珍视的文化符号

何勇海

“城市发展越来越快,手写信的人也越来越少。马路两侧的大邮筒,日日吃灰。谁曾想,上班路上能偶遇邮政小哥来取件?希望这道美丽的绿色风景能一直被保留。”近日,一名市民在街上看到一名邮递员在邮筒边开箱取件,他拍下照片传到网上,并写下以上感慨。随后在网上掀起一波回忆杀——“邮筒真的还在啊”“我小时候还有过笔友”“下课会去学校传达室翻信箱的我”……

正如新闻所描述的,绿色的邮筒,黑色的投信口,加了把锁的箱门,在手机还不盛行的年代,那里

积聚着最浓烈的情感期盼:期盼它能捎来远方亲人、师长、朋友、同学、恋人的关爱、问候、交流或相思。如今,随着手机越来越普及且智能化,不仅能打电话、发短信,还能聊QQ、用微信以及视频聊天,人与人之间的书信往来与期盼,似乎已经成为了历史烟尘。

时代的车轮滚滚向前,虽不再有“云中谁寄锦书来”的期盼,但邮文化、书信文化仍属于弥足珍贵的传统文化,是五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化之一。在山水长阔、易作别难相见的年代,邮筒以及书信对人们交流情感、互通信息起到了巨大

作用,我们理当让邮筒这个使者不至于成为时代弃儿,消失在滚滚红尘中。交流情感、互通信息的方式再怎么变化,我们也不能丢弃这种传统文化。

由让网友感怀的邮筒,想到当前走红的一些书信类文化节目,如《见字如面》与《信中国》。在不写信的时代,这类节目为何仍会走红?应该说,走红的不是书信这种表达形式,打动观众的也不是书信这种交流载体,走红与打动观众的是书信背后的一种情怀。为呵护这种情怀,当今每个城市千万别因业务量减少而取消所有邮筒,还是要保留一定数量,让它成为城市的一道独特风景、复古的风景。

→ 热点发声

世界杯广告
应该有世界水准

世界杯足球赛精彩,但部分广告却频频被吐槽。当“某某电视 中国第一”八个字的广告语,出现在德国队对阵墨西哥队比赛第75分10秒左右的直播画面时,不少守候在电视机旁的中国球迷露出了惊讶的表情。世界杯赛场上,自称“第一”的广告,是否涉嫌违反国内的广告法?

1.《广告法》第九条明确规定:广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语。之所以禁止使用这类绝对化用语,一方面是不准确,容易误导消费者。同时,也是在无形中贬低同类商品或者服务,造成不正当竞争。近年来,不使用绝对化用语已经成为社会共识和企业自觉,但仍有少数企业想方设法打擦边球,意图逃避法律的约束。

《广告法》第二条规定,“在中华人民共和国境内,商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动,适用本法。”从表面上看,企业在欧洲杯、世界杯这样的赛场上做广告,其行为是发生在境外,但通过电视和网络媒体转播后,其实质仍是向国内观众推销介绍产品。而广告语使用汉字,也足以说明其广告对象并非赛场看台上的外国球迷,而是守在电视机、电脑前的国内观众。

——评论员 张淳艺

2.无视审美,追求“简单直接粗暴”,是中国广告由来已久的问题。这些年来,面对一些旅游不文明问题,很多人感慨“丢人丢到了国外”。其实远远不止是旅游的问题,所有的“走出去”都应该考虑到文明。广告也是如此,这是世界杯的赛场,经受着全世界目光的打量。如果我们的广告依然表现得那么低幼,不仅起不到应有的广告效果,还会成为一种笑话,“丢人丢到国外”。

广告也得有点世界水准,应拒绝“简单直接粗暴”。我们的足球没能走出去,主要是因为不具备世界水准。而“其他都去了”,就得具备和体现世界水准。出现在世界赛场上的广告,乃至出现在国内屏幕上的广告,都应该具有一定艺术水准,满足人们审美需求。也希望借此机会,中国广告能认真反省一下自身存在的一些顽固性问题。

——评论员 毛建国

→ 说道说道

1.国家邮政局局长在今年全国邮政管理工作会议上表示,要引导和支持更多企业参与“绿色快递”行动,推广应用可降解塑料袋等环保包装产品,加强物料管理和先进包装技术应用,进一步降低单位快件包装耗材。马云也在其微博上表示:“未来的快递业,‘快’保证不输,‘绿’才能赢”。

推广“绿色快递”,呼唤“包装革命”,从长远看,绿色、环保、智能是大势所趋。伴随着快递外卖行业的迅猛发展,在环保、企业社会责任方面正面临更多的要求。与此同时,原纸价格上涨、舆论压力等均倒逼快递企业,应采用更为绿色可循环的物流方式,才能最终形成一个多赢的局面。因此,相关企业及服务行业,在这次“包装革命”中,无论面临多少困难,都应不忘坚持节约资源、保护环境的初心。

——评论员 汪昌莲

2.日前,大熊猫“伟伟”在湖北省武汉市动物园疑似遭受虐待引发关注。据称,饲养员在工作间抽烟、洗头,还有给大熊猫喂食带蚂蚁的苹果、带游客进内舍喂食等情况。多名网友称,伟伟鼻头变白,身体状况堪忧。6月19日,武汉市动物园管理处发布通报称,网友反映的问题确实存在,已让涉事饲养员停职检查并调离岗位。考虑到新馆还未完工,动物园正与相关部门商议,尽快送“伟伟”回到中国大熊猫保护中心休养。

一起偶然曝出的大熊猫疑似受虐事件,所指向的仍是某些动物园专业素养缺失、内部管理失控的老问题。当管理者失去了保护动物、善待动物的初心,失去了以标准化业务流程把控风险的警觉,那么遭殃的或许是更多的动物。现在,唯有举一反三地去全面排查,才能避免类似事件的再次重演。

——评论员 然 玉