奥运金牌后面的中国“冠军”

■周卫国

东京奥运会开赛以来,单曲播放最多、最火、最响的是《义勇军进行曲》。到8月3日,这支国人熟悉的中华人民共和国国歌,已经在东京奥运会的赛场单曲播放了32次,将鲜艳的五星红旗升起在奥运赛场上空。

当中国奥运冠军登上领奖台的时候,人们记住了杨倩、马龙等那些冠军的面孔,也记下了他们穿着的安踏品牌的中国奥运领奖服。其实,在奥运会的这个舞台上,除了各国运动员在进行比赛争夺之外,也还有“第二赛场”进行着无声的较量。在“第二赛场”的较量之中,中国技术、中国品牌、中国制造的表现,也与中国运动员赛场夺金牌、争奖牌的冠军表现一样,有着“冠军品质”。

在乒乓球男女单打决赛中,由中国队“马、樊”与“陈、孙”会师上演金牌“内战”。而高收视率的电视转播中,细心的观众可能发现,比赛使用的器材是中国“红双喜”品牌。上海“红双喜”为东京奥运会乒乓球比赛提供球具,为裁判供应器材。奥运羽毛球比赛中的自动出球器和运动员装备框等产品也是“红双喜”。应了那句话:中国品牌,冠军品质。

8月2日,中国“女骑士”钟天使与鲍珊菊身披红色战袍、头戴火凤凰造型头盔、脚踩黑色碳纤维运动自行车,在场地自行车女子团体竞速赛决赛战胜了德国队,并于半决赛中创造31秒804世界纪录。可以这么说,风驰电掣的中国高科技碳纤维自行车也得到了一枚金牌。本届奥运会上,中国国家公路自行车队、场地自行车队以及铁人三项队,均使用我国自主品牌生产的碳纤维运动自行车征战,进一步打破欧美品牌在高端运动自行车制造领域的垄断,也符合中国世界第一自行车生产大国的气质。同样,奥运赛场上,中国大力士8个项目参赛,夺得7金1银,真正的一支王者之师、无敌之师。而他们夺取金牌时所举的杠铃,都是中国山东生产的。中国器材,成为高科技、高品质的象征,更是冠军保证。

奥运会既是体育赛场,同样有国家间经济力、科技力、制造力、影响力的比拼,也是各国技术、制造和品牌的竞技场。奥运会严格准入和商业竞争制度,奥运合作伙伴、赞助商和选用比赛器材,具有单一性、排它性,使得出现在奥运赛场的产品和品牌都非等闲之辈。在赛场之外,中国品牌们也开始“竞赛”,从转播、赞助到供应商、器材商,诸多“中国面孔”也出现在奥运赛场。阿里巴巴集团是本届奥运会中国唯一全球赞助商,为奥运会提供官方云计算服务、电子商务平台服务,并且成为奥林匹克频道的创始合作伙伴。东京奥运会射箭比赛场——梦之岛公园射箭场5000座装配式金属看台系统,就由深圳一家公司设计制造。来自山东的泰山体育承包了本届东京奥运会举重、跆拳道、柔道、拳击、摔跤等多个重竞技项目器材。据了解,本届奥运会使用的比赛器材,约有一半来自中国体育制造商。在东京奥运会赛场上,中国制造、中国品牌、中国技术正用另一种方式,助力中国运动员创造佳绩。

出现在东京奥运会的中国技术、中国制造、中国品牌,显示出强大实力,与中国冠军一样出彩。相信未来,奥运会还会有更多中国科技、中国制造、中国品牌被认可、被采用,在世界舞台展现中国力量、中国实力、中国品质、中国风采。

观奥周道

新闻漫话

“明厨亮灶”,让外卖不再“盲吃”

■吴睿鹄

消费者只要打开外卖平台的“明厨亮灶”App直播,商家后厨实景加工、制作的全过程都将尽收眼底。据报道,7月30日,《浙江省食品小作坊小餐饮店小食杂店和食品摊贩管理规定》经审议通过,其中新增规定:从事网络餐饮的小餐饮店,应当逐步实现以视频形式在网络订餐第三方平台实时公开食品加工制作过程,具体办法由省市场监督管理部门规定。

事实上,《食品安全法》也有条款,明确倡导餐饮服务提供者公开加工过程,公示食品原料及其来源等信息。不过,这项条款提到的“公开加工制作过程”,并不具有强制性。如今,浙江专门立法要求,外卖餐饮将此过程实时公开,从倡导到强制,不仅将有利于餐饮企业增强自我约束力,还会让“明厨亮灶”成为外卖餐饮的标配。

堂食餐饮,若卫生环境不好,顾客一目了然。而外卖餐饮,由于消费者并不到店,无法了解店铺环境与食品加工制作过程,可以说是“盲吃”。此前,一些外卖餐饮企业接连被曝出食品卫生问题,也都有消费者“不在场”、监管部门难以实时监管的因素。

为此,浙江此次的针对性立法,颇让人欣慰。而与立法程序同步的是,由浙江多部门联合打造的“浙江外卖在线”数字化平台也已上线,其中就包括了“阳光厨房”功能。据介绍,凡接入“阳光厨房”的商家,消费者都能实时看到菜品制作全程。

“明”的是人心,“亮”的是法律责任。用法律强化外卖餐饮“明厨亮灶”,创新网络外卖订餐平台监管模式,把“点外卖”这个“民生小事”办好,也是真真切切为群众办了一件大实事。

有话就说

“包邮”不能剥夺消费选择权

■张玉胜

现实中,很多电商卖家采用“免费包邮、送货到家”思路,让消费者产生优惠了的感觉,选择在此下单消费。出于对包邮成本的考量,有些卖家会选择价格低的快递公司,快递公司也乐意以低价换量,来扩大市场份额。可一旦部分快递公司成为部分电商卖家单方雇佣的“送货人”,就会对消费者选择哪家快递公司的权利忽视或者漠视。这种情况需要引起有关方面的关注。

这是因为,快递服务本是连接商家与消费者的物流纽带,如果出现消费者被边缘化的情况,那显然是不健康的。毕竟,消费者是网购市场的重要推动者和快递服务的主要体验者。商家不能以包邮为借口剥夺消费者的快递选择权,而要以提高网购消费者的满意度为宗旨。这需要网购市场和快递服务的各参与方通力协作、相向而行。

对此,七部门近日发文再提“推动落实商品定价与快递服务定价相分离”,将“商品价”与“快递价”分开选择、合并计费,以推动相关问题的解决。一方面,电商平台可以在总体仍实行“包邮”制的基础上,开放增值服务选项,顾及消费者挑选快递公司的需求,增强价格的传导和资源配置作用。另一方面,快递行业要破除粗放经营,尝试差异化服务,以优质的服务招徕用户、赢得市场。对一些消费者而言,则应正确看待“免费包邮”的消费习惯,注重快递服务体验,进而倒逼快递行业提升服务质量。

世相浅见

1.盼望着,盼望着,大学录取通知书到了!眼下,一封封录取通知书正从各大高校飞向千家万户。放下电话,打开家门,签收快递,大学的第一份“礼物”翩然而至,人生的又一扇大门即将开启。这是许多年轻人圆梦的纪念、努力的奖赏,更饱含大学真挚的祝福、由衷的期许。

点评:对这些年轻人而言,录取通知书就像是开启未来的钥匙。拥抱父母,拍照留念,定格这一刻的欣喜。录取通知书意味着告别过去的基础学习、去拥抱更广阔而精深的知识海洋。许多人生第一次在美好的校园等待开启——第一次住校、第一堂讲座、第一篇论文……未来不会迟到,正如同手中这份录取通知书。录取只是大学生活的开启,美好的未来要靠不断奋斗去创造。在大学里,有老师指点,有同学切磋,有书籍引路,不妨将录取通知书收进行囊,心无旁骛求知问学,方能不负时代、不负韶华。

2.礼盒容积是商品体积的数倍、包装袋比里面的商品还多……近年来虽然简约风尚受到越来越多消费者青睐,但随着电商物流迅猛发展,过度包装在一些领域有所反弹。据媒体报道,有受访者认为,一些商家对商品重“颜值”轻“品质”的过度包装现象屡禁不止,不可避免地造成垃圾增多和资源浪费,有悖绿色发展理念。

点评:笔者认为,可运用市场之手扭转过度包装势头,对冲过度包装所获利益,使过度包装得不偿失,尽快结束过度包装的暴利时代。这不仅可以做到润物细无声,而且解决这一顽疾会更彻底、更可持续。过度包装造成原材料浪费和环境污染,增加商品成本、抬高商品价格,并让只重外表不重质量的市场不正之风得以蔓延。在高度重视环保和厉行节约的当前,过度包装问题已日益凸显,到了该下重手治理的时候。通过管理手段治标,运用市场手段治本,过度包装才能逐渐远离市场。

3.近日,中央宣传部、文化和旅游部、国家广播电视总局、中国文联、中国作协等五部门联合印发了《关于加强新时代文艺评论工作的指导意见》,从把好文艺评论方向盘、开展专业权威的文艺评论、加强文艺评论阵地建设、强化组织保障工作等方面,为加强新时代文艺评论工作指明了正确方向、提供了价值遵循。

点评:百花竞放、硕果累累,今天的文艺园地正呈现出繁荣发展的生动景象。越是精品佳作频出,越要增强文艺评论的战斗力、说服力和影响力。《觉醒年代》《山海情》《大江大河》……纵观近年的“良心作品”,关键就在于取得了社会效益和经济效益、社会价值和市场价值的统一。文艺批评是文艺创作的一面镜子、一剂良药。运用历史的、人民的、艺术的、美学的观点评判和鉴赏作品,以文化人、以文育人、以文培元,文艺的百花园一定会更加馥郁芬芳。

综合新华网、人民网

今日论坛

新兴运动课值得期待

■陈文杰

冲浪、攀岩、滑板……这些听起来“又酷又飒”的新兴运动项目,渐渐走进大学生的视线,与年轻人产生奇妙的化学反应。近日一项微调查发现,有接近九成的受访学生期待大学开设更多的新兴体育课程。

近年来,大量新兴的体育项目在高校涌现。街舞、轮滑、网球等已是常见项目,一些更潮更酷的如攀岩、冲浪等极限运动,开始引领起新的潮流。而且,不同于早前社团的自娱自乐,如今这些新兴体育已被列入高校的体育课程设置。在高校的官方加持下,这些原本小众的体育项目,将爆发让人意想不到的热度。

新兴体育课程受到学生们热烈追捧,虽在意料之外,但也在情理之中。一方面,对于长期接受传统体育课堂教育的学生来说,这些新兴体育项目无疑是充满新鲜感,看到别人“上天入地、无所不能”的样子,自己难免也想跃跃欲试。另一方面,相较于社团的自发性组织,高校开设相关新兴运动的课程,更安全更有保障。学生既能充分利用学校提供的场地、器材等资源,又能在专业老师的指导下科学训练。

不过,高校的新兴体育课程看似很美好,现实却很“骨感”。新兴体育项目之所以被称为小众运动,正是因其有一定的门槛。因此,高校开展新兴体育课程,一步到位并不现实。循序渐进,因地制宜,才是正道。不妨从自身条件与学生兴趣中,寻找到两者的结合点。比如,可根据新入围的奥运项目来提供更多的新兴运动课,能让学生有更多选择余地。对新兴运动而言,这也是一种传播与宣传。有了更多参与者,“小众”也有可能变为“大众”。