



### 强力开拓国内外市场 擦亮“广东荔枝”品牌

#### 广东荔枝有了专属标识

根据22日广东国际网络荔枝节活动上发布的荔枝全产业链大数据,广东荔枝种植面积稳定在400万亩以上,年均总产120万吨—150万吨,面积和产量均占全国的三分之二,占世界荔枝产量的60%以上。

进入4月以来,全国采购商对广东荔枝的关注热度不断飙升,采购商指数达2000点,增长230%,同步增长456%。

#### 荔枝将销往日美等国

近年来,广东积极探索、创建农产品“12221”市场营销体系,既抓生产也抓销售。广东农产品采购商联盟秘书处就积极落实“12221”农产品市场营销行动主动作为,切实推动广东一村一品(上海和北京)交易中心的建设,为广东荔枝企业在长三角地区和环渤海湾等主要的销区市场搭建与采购商和出口商沟通合作的桥梁。

国内市场上,本月初刚刚将徐闻菠萝卖到日本市场的广东中荔农业集团,这次又与省内四大荔枝出口示范基地,以及法国、希腊、日本、美国四个国家的荔枝采购商签约,努力推动广东荔枝走向世界。

## 广东国际网络荔枝节启动,顶流互联网企业“十八般武艺”卖荔枝

# 荔枝即将红枝头 今年主打云销售

羊城晚报记者 许悦

### 京沪陕浙粤 七地连线发力

在广东省农业农村厅指导下,广东国际网络荔枝节由广东农产品采购商联盟秘书处(广东省农业展览馆)、广东省农业农村短视频制作推广中心、羊城晚报联合主办。

启动仪式在广东省农业农村厅设置主会场,同时在广东高州贡园、广东从化荔博园、腾讯微视(北京)、阿里巴巴(杭州)、陕西省洛川广东大院、广东一村一品(上海)交易中心六地设置分会场,与主会场直播连线。

其中,高州分会场设在根子镇千年荔枝贡园。据高州市市长朱春保现场连线时介绍,唐代时,当年进贡给杨贵妃品尝的荔枝就产自这里。在广东,高州荔枝的产量最大,年产量超20万吨。

另一个分会场陕西省洛川广东大院,则是粤陕合作“苹果南下、荔枝北上”的发源地。从27年前开始,一大帮广东茂名人就长居于此,源源不断地将洛川苹果运回广东,慢慢地又将广东荔枝销往陕西,开启了粤陕两地“苹果南下、荔枝北上”的最初合作。这一模式后来又升级为合作范围更广、参与产品更多的粤陕“南果北上、北果南下”合作。

近半年来“直播+电商”的新玩法已慢慢成为广东农产品的营销“标配”,“直播带货”成为了很多农民的“新农活”。

4月22日,2020广东荔枝“12221”市场营销暨广东国际网络荔枝节(以下简称“广东国际网络荔枝节”)以网络直播方式在广州启动。七地连线、全产业链加持,媒体矩阵全程直播,布局“线上、线下”两个市场,打好国内、国际市场“两张牌”。特别是“荔枝电商”,得到了腾讯、淘宝、拼多多、京东、新浪等全国多家顶流互联网企业的大力支持。

省委常委叶贞琴出席该活动。叶贞琴表示,广东荔枝产量和面积占世界的三分之一,广东要创新模式促销售,加快布局数字农业“新基建”,积极开展网络会客、网红直播带货、荔枝认养定制、荔枝“云交易”等线上线下融合营销活动。此外,要打响品牌强销售,丰富荔枝文化底蕴,不断擦亮广东荔枝的区域品牌、文化品牌、生态品牌。

活动现场宣布了2019年荔枝“12221”营销十大采购商,启动了2020年荔枝北上活动和线上平台荔枝营销与品牌建设,见证了一批广东荔枝出口备案基地和项目签约。



“粤粤同心,抗疫发展”千名村播大培训活动同步启动 曾俊荣 摄

#### 互联网顶流平台创意卖荔枝

与往年荔枝节最大的不同是,今年广东国际网络荔枝节上,“网络”和“电商”两个要素特别引人注目。

近年来,广东积极探索数字乡村战略,深入推进“互联网+农业”,促进数字农业转型升级。按拼多多副总裁陈秋的话来说:“广东省是中国最早探索农业品牌化,借力互联网等技术实现农业转型的省份之一,广东的数字农业发展,一直走在全国前列。”

本届广东国际网络荔枝节得到腾讯、淘宝、拼多多、京东、新浪等全国多家知名互联网企业的大力支持。启动仪式上,各个互联网顶流“大佬”争相抛出

各种跨界、创意的荔枝营销新招,大家一起以“十八般武艺”卖荔枝。

阿里巴巴启动了“粤粤同心,抗疫发展千名村播大培训”活动以及盒马鲜生的“广东荔枝与新零售齐飞”“十百千万”项目。阿里巴巴副总裁林涛在杭州连线时表示:“还将进一步助推广东荔枝产业数字化和销售互联网化。”

拼多多副总裁陈秋透露,在拼多多此前的“农货节”和“年货节”中,广东的农产品供给和消费都在全国名列前茅。上个月,拼多多与广东省农业农村厅签署了战略合作协议,未来三年内将共同孵化50个以上本地优

质特色农产品,为广东培养5000名本土农村电商人才,以助力广东省数字农业“新基建”。

不仅如此,腾讯微视还将在平台上发起“广东荔枝短视频大赛”;京东将通过产销对接、线上预售、精准营销、物流方案保障等方式为荔枝销售电商和冷链物流提供解决方案;新浪广东将通过发挥社交媒体属性,不断探索农产品+社交互动玩法,深入挖掘广东荔枝品牌;“奈雪的茶”将打造一款湖北茶叶和广东荔枝相结合的时尚饮品;碧桂园将充分发挥社区场景的渠道优势,在社区内进行产品推广和宣传,促进荔枝营销;此外,广东

荔枝将上线“易捷净菜”保供稳价安心菜篮子“车尾箱”工程,助力荔枝打造线上线下融合的新零售模式。

此外,广东省农业农村厅还邀请了全球好物推荐官、淘宝第一主播薇娅担任“广东荔枝国际推广大使”“广东粤字号农产品推广大使”。薇娅表示:“广州是我创业的起点,是我梦想开始的地方。因此,我对广东有着特殊的感情,也深怀感恩之心。很乐意以此方式助力乡村振兴,帮助农民增收致富。我们计划5月份在广东荔枝上市时,参与‘520就用荔枝表达爱’活动,希望朋友们到时都来捧场。”

# 偷盗窨井盖入刑,为“脚底下的安全”兜底

## 首席评论 朱昌俊

最高人民法院、最高人民检察院、公安部日前联合发布《关于办理涉窨井盖相关刑事案件的指导意见》(下称《意见》)及5件涉窨井盖犯罪典型案例,回应当前办理涉窨井盖相关案件难题,指导司法机关准确认定涉窨井盖相关刑事犯罪。《意见》规定了盗窃、破坏窨井盖类犯罪的法律适用原则。

根据《意见》,盗窃、破坏正在使用中的社会机动车辆通行道路上的窨井盖等多种涉及窨井盖盗窃、破坏的行为,将按照具体情形,可能被追究破坏交通设施罪、危害公共安全罪及故意伤害罪、故意杀人罪。也就是说,盗窃、破坏正在使用中的窨井盖,不再只是违反治安管理规定“小事”,而是将追究刑事责任。这毫无疑问是一种惩处力度上的升级,彰显了刑法对于保障和维护社会“脚底下安全”

的兜底力量。法律惩处的标格,是与窨井盖被盗窃、破坏所造成的严重后果相对应的。近些年,因窨井盖“缺失”而造成的悲剧屡有发生。有媒体报道显示,仅山东近三年内,就发生了72起井盖伤人事件,共造成15名孩子伤亡。很明显,如果只按照一般的治安管理规定追究偷盗、破坏者的责任,不仅无法真正做到“以儆效尤”,也与该行为对于社会安全的巨大威胁后果构成显著落差。因此,依法加大对偷盗、破坏窨井盖行为的打击力度,早就具备民意支撑,司法理论界、实务界也有了相当的共识。此次《意见》出台,正是对此的一种顺应。

在此之前,偷窨井盖的行为,与诸多偷盗行为一样,都只能归于治安管理处罚的范畴,只有盗窃数额达到刑事立案标准的,才可能被追究刑事责任。但常识是,盗窃、破坏窨井盖,直接危害的是公共安全,其与一般偷盗行为的危害性有着云泥之别。如果在法律惩戒

上不加以明确区分,也不利于社会准确认识窨井盖被偷盗、破坏的性质——不只是“谋财”,更可能“害命”。一如醉驾入刑一样,对这类可能危害公共安全的行为就该依法提高违法代价。当然,现实中,窨井盖遭偷盗、破坏的行为多发,也可能与相关管理上的疏忽有关,《意见》同样关照到了这一点。如明确负有决定、管理、监督等职责的国家机关工作人员在窨井盖采购、施工等过程中玩忽职守或者滥用职权,致使公共财产、国家和人民利益遭受重大损失的,以玩忽职守罪、滥用职权罪定罪处罚。也就是说,窨井盖因管理疏忽等责任被破坏并带来严重后果的,相关公职人员也将被追究刑事责任。这种惩处上的“加压”,可以说是压实窨井盖管理责任的直接一招。它实质上也是让相关管理部门进一步认识到,保障窨井盖安全,是为社会公共安全站岗,不容有丝毫的懈怠与疏忽。

不过,就现实来看,压实管理部门在窨井盖管理上的责任,还需要事先厘清具体的责任分担。此前一些窨井盖缺失问题被曝光后,通常会现相关部门“推诿塞责”“踢皮球”的现象。这也是窨井盖管理效率一直不高的重要原因。现在失责惩处加大了,理当把相关责任的分配同步明晰化,如此才能给管理部门形成更准确的责任预期。

另外需要指出的是,窨井盖往往想当然地被视为一个只有城市才出现的事物,但《意见》明确,这里所称的“窨井盖”,包括城市、城乡接合部和乡村等地的窨井盖以及其他井盖。换言之,它不能被狭隘地理解为只是城市街道上的窨井盖,像前几年河北等地农村发生的废旧“枯井”因为缺乏有效保护而“吞人”的现象,恐怕也囊括在《意见》规定的范畴之内。对此,需要加强相关法律法规的普及,同时也得明确相应的管理职责,不能让农村成为窨井盖安全的盲区。

## “报复性离婚”,报复的是自己

### 热点快评 郭元鹏

网络平台上有一个调查“疫情过后要做的第一件事”。对此,很多被禁足在家的人都说要吃吃吃、买买买,进行报复性消费,没想到解禁后,最早被提上日程的是离婚,多地离婚预约最早都被排到了大半个月后,“报复性离婚”引发关注。(4月22日中国新闻网刊)

一个月前,看到一则新闻——某地民政部门发布一则通告:鉴于疫情防控的需要,目前暂时放开“结婚登记”,“离婚登记”需要再等等。这则通告发布之后,引发了不少人的议论:为何“结婚的”可以办理手续,而“离婚的”就需要等等?结婚自由,离婚就不自由?漫长足不出户的日子,让一些准备离婚的人,也焦渴起来。

随着疫情防控形势的好转,各地婚姻登记部门业务重新开展起来,于是我们就看到了这样的场景:这边是“结婚队伍”,那边是“离婚队伍”;这边欢天喜地,那边冤家相对。这个时候出现“报复性离婚”,其实需要换一种角度去审视。所谓的“报复性离婚”,其实也有一个客观因素——就是因为疫情期间的“停止办公”,而出现了“离婚办理”的积压,这个时候出现“报复性离婚”也是可以理解的。“积压”之后当然就是“释放”了。

不过,我们还需要看到,疫情过后“报复性离婚”还有相当一部分属于另外性质——那就是并非真的“情感破裂”而“真

## 来论选登 江德斌

4月21日,多名媒体记者在河南新乡原阳县采访“4名儿童被埋”事件时,遭多名不明身份人员推搡甚至殴打,手机被抢,引发舆论关注。新乡市委书记张国伟称,已责成当地宣传部门调查处理此事。21日晚10时许,原阳县委宣传部副部长于瑞峰来到记者所住酒店,归还两名记者被抢走的两部手机,并向记者致歉。(4月22日红星新闻)

光天化日、众目睽睽之下,多名记者被围殴、抢手机,如此恶劣行径,已然涉嫌违法干扰新闻舆论报道,侵害记者人身权利和财产权。而且,事后被归还的记者手机,也疑似被刷机,连通讯录、相册均被删除,亦有破坏私物、遮掩真相之嫌。可见,对于此股殴打记者事件,其负面影响极大,仅止于道歉是不够的,应依法处罚打人者,并严肃追究相关部门失职责任。

“4名儿童被埋”事件引起了社会广泛关注,事件的起因,目前有了初步结果,乃是施工车辆违规作业,该工地未取得《建设工程施工许可证》,属无证非法施工。对于这起悲剧事件的来龙去脉,媒体有责任向公众揭开真相,记者报道道乃是职责所在,本身就具有舆论监督的作用,对挖掘悲剧事件的起因、肇事者、追责等,均有很强的推动效果。何况,此次记者采访4名儿童下葬,也取得了家属同意,并无违法违规行,却受到暴力阻挠。

## 今日论衡之世相评弹 陈广江

# “婴儿训练趴睡身亡”:警惕“有毒”育儿法

近日,网上一则“三个月婴儿训练趴睡窒息身亡”的消息,深深刺痛了广大父母的心。

据报道,一个年轻妈妈加入了某个付费睡眠引导群,让三个月大的婴儿分房睡,妈妈在外面看监控,训练宝宝的独立入睡能力。宝宝趴着睡觉一直哭,妈妈在群内求助,有朋友答“不是大哭就没事”。约两个小时后,妈妈去给宝宝喂奶,发现孩子已因窒息不幸身亡。

所有看过监控视频和群聊记录的人都惊呆了,简直不敢相信自己的眼睛。对这位新手妈妈,舆论场的意见可以总结为八个字“哀其不幸,怒其不争”。对这家名为“芝士小馄饨”的睡眠培训机构,网友们已经“出离愤怒”。

悲剧发生后,芝士小馄饨团队发表声明,称网传信息不实,孩子直接死因并非趴睡,当事母亲早已购买了育儿咨询服务已于3月31日停止,孩子具体死因不便透露,自己的团队“认真负责”。但据媒体报道,“芝士小馄饨”公众号目前已被腾讯关闭。

人命关天,出了事就想“跑”,恐怕没那么便宜。此次悲剧已成为公共事件,孩子的死因究竟是什么,不能含糊其辞,必须有一个明确交代,无论直接死因还是间接死因都要查清。

就在该团队发出声明后不久,一会员顾客表示,该团队在撒谎,他们引导孩子趴睡,或对妈妈产生误导。互联网是有记忆功能的,随着舆情不断发酵,该育儿团队的更多“黑料”被网友扒出,所谓的“认真负责”更令人生疑。据爆料,该团队所宣扬的“解锁趴睡”育儿理论根本经不起推敲,其所谓的“育儿专家”也缺乏相关从业经验和资质。

事实上,无需援引什么理论,仅凭生活常识即可判断所谓的“解锁趴睡”育儿理论是何等荒谬、荒诞!对刚出生不久的婴儿来说,这种睡眠训练法无异于一种令人发指的摧残。

有业内人士指出,该团队的“解锁趴睡”其实就是一种叫“哭声免疫法”的睡眠训练。这种睡眠训练法信奉“哭了不抱,不哭才抱”的育儿理念,旨在训练出一个极少哭闹、让妈妈省力的乖宝宝。国内网上一度疯传的哭声免疫训练法,延迟满足训练法、完整睡眠训练法等,核心思想皆源自于此。

有公开资料显示,“哭声免疫法”曾在美国风靡一时,被修整形体的孩子后来轻则睡眠障碍,重则人格障碍甚至精神分裂。付出一代美国儿童的幸福代价后,此方法终于被欧美深深反思和摒弃,其创始人约翰·华生也曾被评为“美国人最讨厌的人”之一。

一个草台班子,拿着来历不明的证书,携来在国外已被证实为过时、“有毒”的育儿理论,高价兜售给国内年轻的妈妈,一旦出事就想撇清责任、全身而退,天下哪有这么便宜的事情?对此,相关部门应及时介入调查、依法处理,给受害人和社会公众一个交代。

年轻的妈妈们也应睁大眼睛,警惕不良商家的忽悠,别让孩子成为那只可怜的“小白鼠”。在育儿上,与其迷信“洋经”,不如多向长辈们请教一下经验常识。