点燃新经济引擎

全知道

广州首届直播节后日开幕

线上线下同步直播，重点突出广府元素

羊城晚报记者 丁玲

6月6日至8日，主题为“广货带天下，广带天下货”的首届直播节就将在广州拉开帷幕。这个全球第一个以城市为平台的直播节有何亮点，又将如何推动内需市场升温、助力广州打造直播电商产业高地？6月3日，在广州市第121场疫情防控复工复产新闻发布会[首届直播节（中国·广州）新闻发布会]上，广州市商务局、市场监管局、番禺区、花都区等相关单位就本次直播节情况现场进行介绍。

有何亮点

线上线下同步直播 重点突出广府元素

本次直播节有何亮点？广州市商务局党组成员、副局长魏敏表示，本次直播节将实现线上线下同步直播、全城全平台全场景共同参与。线上方面，包括批发零售业、住宿餐饮业、制造业、旅游业、教育、法律服务等在内的多个领域将打造“万商开播”的盛会，呈现“一切皆可直播”的新消费场景；线下方面，活动采取1个主会场、11个区分会场、多个特色分会场的“1+11+N”模式。除主会场广州塔二层平台外，11个区也将分别设立一个分会场，为本区优质品牌特色商品直播代言。

此外，广州的专业市场、各大商圈、购物中心、大型商超、餐饮名店、老字号、出口保税区等商业载体也将同步开播，设置多个特色分会场。其中，“粤港澳大湾区特色专场”将联合广东、香港、澳门的爱国企业商家和青年、学生开展直播带货，深化粤港澳大湾区的商贸合作。

本次直播节还将重点突出广府元素。记者了解到，本届直播节着眼于“广货带天下，广带天下货”，打造具有广州特色的直播专区，全方位推广“广州品牌”“广州品质”“广州制造”。从报名的2800多个商品中遴选出1000多个优质广州品牌，通过直播打造一批网上爆品、热销品牌，助力广州企业加快复工复业、复商复市。淘宝、抖音、快手等直播平台将推出专项政策，帮助广州品牌、商家打通直播带货链条，享受平台流量扶持。还将在特色商圈、文旅项目、大型商场等标志性区域和载体，创新开展广州直播游乐购活动，通过“线上引流、线下消费”的模式，引导全民关注直播发展，全方位宣传推介广州城市形象，展现千年商都的底蕴和活力。

消费技巧

网络消费要看四点 勿向私人账户汇款

消费者开启“买买买”模式，市场监管部门如何规范网络经营秩序？消费者自身需留心哪些消费小技巧，又该如何维护自身权益？

对此，广州市市场监管局党组成员、副局长丁力表示，从市场监管角度来讲，直播购物涉及的市场主体主要包括直播电商平台和通过直播方式销售商品的电商经营者，市场监管部门主要通过检查平台和经营者的经营资格、监督直播电商平台经营者落实主体责任以及加强网络销售商品三个方面的监管，规范网络经营秩序，营造放心舒心的消费环境。

作为消费者，通过直播平台或电商平台购物消费时需要注意什么？丁力表示，网络消费多“看”，做到理性消费：一看经营资质，谨防“钓鱼”网站。查询购物网站或网购平台是否是正规注册的经营主体，是否在网页上公开了营业执照登载的信息或者营业执照的电子链接标识，是否公开了ICP备案号等；二看支付方式，谨防“直接汇款”。最好选择具有第三方支付担保交易和实行货到付款的商家，对于要求直接转账、汇款或点击交易链接付款的，必须提高警惕，切勿向私人账户汇款；三看商品价格，谨防价格陷阱。警惕商家打出“全年最低价”“全网最便宜”等广告用语，购物消费前最好货比三家，报价太低的商品可能是陷阱，切记不要因为贪图价格便宜就冲动出手；四看交易说明，保障自身权益。购买前应仔细阅读直播平台或电商平台对退换货方式、发货期限和方式、运费承担、售后服务等说明，特别要留意哪些商品不适用“七日无理由退货”的规定，做到明明白白消费。

百事通

广州拟规定：

新增巡游出租车统一为闪电橙色

车辆数达1500辆及以上企业，可申请使用企业品牌颜色

羊城晚报讯 记者严艺文报道：为进一步规范广州市巡游出租汽车（以下简称“巡游车”）车身颜色及车辆退出运营管理，近日，广州市交通运输局发布相关规定征求意见稿，拟规定凡更新、新增运营区域为广州市全市范围的巡游车车辆，其车身颜色为闪电橙色。巡游车车辆数达1500辆及以上的企业，可申请使用企业品牌颜色作为车身颜色。

根据《广州市交通运输局关于加强巡游出租汽车车身颜色及车辆退出运营管理的通知（征求意见稿）》（以下简称《通知》），拟对运营区域为广州市全市范围的巡游车车辆外观、颜色和服务标志作出规定。其中明确，车身颜色为闪电橙色；车身中部贴花，颜色为白色。贴花的车身前门部分标设“电动车”字样，后门部分标设车属企业4字以内简称、企业服务监督电话，所标设字体颜色与车身颜色一致。车身两个前门外侧标设行业统一标志和政府服务投诉电话，颜色为白色。

《通知》还提出，巡游车企业所属运营区域为广州市，全市范围的巡游车车辆数达1500辆及以上的，可以向市交通行政主管部门申请使用企业品牌颜色作为车身颜色。目前，广州出租车主要有蓝色、红色、黄色、绿色等多种颜色。

企业在全市范围内运营的巡游车数量连续24个月不足1500辆的，将取消该企业使用品牌颜色的资格。被取消资格企业，应在资格取消之日起1年内，将企业所属运营区域为广州市行政区域的车辆车身颜色变更为闪电橙色。

此外，运营区域为花都区、番禺区、南沙区、从化区、增城区的巡游车车身颜色或样式，应当区别于运营区域为全市范围的巡游车，由属地交通行政主管部门报市交通行政主管部门批准后实施。

生活圈

广东线下展厅上新 观展黄金时段启动

从抗疫题材到广绣作品，丰富多彩，历史文化爱好者可留意档期

文/图 羊城晚报记者 朱绍杰 黄宙辉

今年疫情令各大美术馆博物馆线下活动按下暂停键，走上“云端”。然而，线上观展终究无法替代线下体验。按下暂停键的线下展厅，已开始新一轮的更替撤换。本月，广东地区各大文化机构将进一步开放线下展厅，推出一大批新展览、新项目。广东将迎来年内线下观展“黄金时段”。

最大规模抗疫题材美展

6月1日至3日，广州艺术博物院的开年大展“美意延年：齐白石的艺术世界”系列线上导览结束，将这个开年大展引至尾声。该展自今年1月开幕，原定3月结束，因受疫情影响，一再延期。记者获悉，该展览将于6月9日撤展，这也标志着上半年广州地区因疫情影响，延长展期的各类“开年大展”基本结束。

艺博院的线下展厅已经开始了新的一轮展览更替。近日起，“生命的辉煌——纪念赖少其诞辰105周年暨《赖少其全集》出版作品文献展”在常设展厅赖少其艺术馆展出。院方特精选赖少其生前及其家属捐赠的作品，以十一卷本《赖少其全集》的编排为序，向观众呈现其艺术人生，以此深切缅怀和纪念这位20世纪的绘画大家。

6月5日，“大爱无疆 艺路战疫——广东省抗击新冠肺炎疫情优秀美术作品展”将于艺博院展出。这是目前广东规模最大、参与范围最广、作品种类最多的抗疫题材美术展览。将展出全省各主要艺术机构以及21个地级市美术家新创作的400多件优秀美术作品。6月13日，广州艺术博物院还将推出“巧针彩线出画意——岭南绘画与广绣作品”展，展出广绣厂以岭南画家作品为主题的广绣作品。

文博新展述说历史故事

广州地区主要文化机构的线下展厅亦渐重启。广东美术馆先后推出青年创作与名家新作。6月2日起，展览“青年力量”集中呈现近年来具有特色的青年艺术家之代表作，整体体现了当下生机勃勃的艺术生态。6月9日，广东油画名家邵增虎风景田园新作亦将亮相美术馆线下展厅。

6月10日，辛亥革命纪念馆将推出“积健为雄——近代广州的卫生治理”主题展览，以近代广州的公共卫生事业发展为脉络，呈现岭南地区公共医疗卫生往事。

位于越秀山的广州博物馆以中西瓷器贸易为引子，讲述东西方文化交流的故事。12日，由中、日、德三国八馆联合举办的“白色金子东西瓷都——从景德镇到梅森”巡展至五层楼，展览汇聚百余件中西瓷器代表作。该展此前巡展上海、大连，引起广泛关注。

设计之都的“春天故事”

今年是深圳成立经济特区40周年。深圳何香凝美术馆日前推出“时光的流变：中国当代油画作品展”。作为2020年线下首展，展览精选了一批以关注社会、关注生活，追求和反映美好生活为主题的油画作品，回顾中国当代油画发展的多元语境，回首深圳经济特区成立以来的波澜壮阔，在“时光的流变”中述说“春天的故事”。

年前在深圳设计互联展出的“科技艺术四十年——从林茨到深圳”亦于日前重启。该展追溯全球科技艺术四十年历史和中国科技艺术发展脉络，在设计之都深圳展出，别具深意。

『科技艺术四十年——从林茨到深圳』现场

率先对个人破产进行立法，契合潮流有深意

首席评论 □王石川

深圳率先在全国对个人破产进行立法。据媒体报道，6月2日公开征求意见的《深圳经济特区个人破产条例（征求意见稿）》提出，50万元是破产清算申请的门槛，并提出限制高消费、从业禁止等规定。免责考察期为三年，还规定追溯制度，即债权人或者其他利害关系人，发现破产人通过欺诈手段获得免除剩余债务的，可以申请人民法院撤销免责裁定。

无论个人破产案件还是个人破产事件，都非新鲜事物，公众早有耳闻。去年2月，最高法有关通知提出，要进一步完善执行转破产机制，研究推动建立个人破产制度及相关配套机制。去年7月，国家发改委等13个部门联合印发的《加快完善市场主体退出制度改革方案》更是明确提出，要研究个人破产制度。

尽管如此，深圳率先在全国对个人破产进行立法仍有较高关注度，人们不仅感受到深圳在改革征程中先行先试的气质，更对这一立法设计充满了想象空间。比如，有网友发问，这是“老赖”们的救赎还是狂欢？还有人问，欠债不还是不是可以松了口气？更有人担心，难道欠债不还，还有法律保护伞？那些认为对个人破产立法是保护“老赖”，显然是一种误读。

稍加打量《深圳经济特区个人破产条例（草案）》有关条款便知，这种立法安排极具时代特色，特别与深圳自身特点息息相关。据报道，截至2020年1月底，在深圳登记设立的商事主体已达329.8万户，其中个体工商户123.6万户。此外，还有大量自我雇用的商事主体以微商、电商、自由职业者等形式存在。由于个人破产制度长期缺失，这部分商事主体一旦遭遇市场风险，需要以个人名义负担无限债务责任，却不能获得与企业同等的破产保护，使其无法实现从市场的退出和再生。

从这个角度看，制定个人破产条例，的确是维护有关商事主体的权益。但这种维护不是袒护，而是维护他们的合法权益。要求他们以个人名义承担无限债务责任，既不公平，也不合法。同时，没有健全的个人破产机制，债务像大山一样压在他们身上，他们根本就没有自生能力，更谈不上通过自救来还债。

企业可破产，个人为何不能破产？商事主体遭遇不可抗的市场风险，如果获得相应的破产保护，能够实现市场退出和再生，有利无害，或者说利大于弊。故此，建立完善个人破产制度，为诚实但不幸的市场主体提供遭遇债务危机的后续保障，确能为个人创业者解除后顾之忧、促进创新创业，为社会经济带来新的活力和发展动力，可谓一举多得。

当然，有个前提是这种市场主体必须是“诚实而不幸”。如果浑水摸鱼，甚至故意通过个人破产来敛财，逃避责任，则涉嫌违法乃至犯罪，万万不可。事实上，法律也不允许这么做，何况监管部门不是吃素的，司法机关更不会无视。

同时应看到，即便实施了个人破产，也不等于当事人就可自我放飞、尽情放纵。有关征求意见稿提出了限制高消费、从业禁止等规定，限制高消费包括不得旅游，不得乘坐飞机商务舱、头等舱等，不得在三星级以上宾馆、酒店等场所消费，不得供子女就读高收费私立学校等9条规定。换言之，即便成功申请了个人破产，该受的限还得受，该尽的责还得尽，该履行的义务还得履行，并不是一些人所想象的——申请破产后就可以想怎么着就怎么着，胡吃海喝高消费谁都管不着。

对个人破产进行立法，宜早不宜迟。诚如有关专家所称，这是社会主义市场经济体制完善的内在要求，自由加法制是市场经济的特点，公司主体可以破产退出市场，个人破产立法正当其时。这是对诚意经营者的一种司法救济，是社会司法文明的提升，是宽容失败的法律保障。

当前，《深圳经济特区个人破产条例（草案）》正在公开征求意见，期待民众热烈参与，提出有益的建议和意见，为该条例完善注入动力。更期待深圳有关部门在科学立法、民主立法的同时，尽最大程度倾听民意，确保条例既顺应时代潮流，还能具有一定的前瞻性，为其他地方进行类似立法提供可靠参照。

（作者是北京著名时事评论员）

来论选登 □斯涵涵

独臂篮球少年的梦想之光打动人心

近日，一位独臂残疾少年打篮球的视频在网上迅速走红。视频中，广东云浮少年张家城凭借独臂可以完成转身过人、胯下运球、急停抛投等高难度动作，精湛的球技让人惊叹不已，这也引起了广东东莞男篮当家球星易建联和球队总经理朱芳雨的关注。（6月2日羊城派）

娴熟的背后运球、胯下运球和转身等“神技能”让人目瞪口呆，不仔细看根本察觉不出这位篮球强将是个独臂少年，张家城的走红既在情理之中又在情理之外。

据报道，5岁时，张家城在一场意外中失去右臂，其所遇到的困难与沮丧不难想象。12岁时，篮球走进了他的生活，梦想开始在他心中发芽。尽管起初连运球、投篮都不会，尽管他练球要比一般人难上加难，但凭借着对篮球的喜爱以及超强的毅力，他通过自学练就了一身篮球技能，防守和进攻都是十分出色，其过硬的技能令人折服，其坚忍不拔的意志更打动人心。

诚如篮球名将易建联所赞：“心，永远会是身体里最强壮的部位。”意外的事故损伤了张家城的身体，但没有夺去他对梦想的坚持。正是因为有着对篮球的由衷热爱和执着追求，才让他克服身体的残缺，在篮球上找寻梦想的着陆点，而梦想又赋予他小小的身躯里一种特殊的力量。

张家城的走红还在于引起人们广泛的共鸣：月有阴晴圆缺，人有顺逆起伏，人生就是一场梦想与现实的博弈，当一个人乐观坚强地面对生活，不自暴自弃、不怨天尤人、不放弃对理想的追求，生活也会在蜿蜒曲折的山路上给你一个大大的惊喜。

“有梦想，谁都了不起。”给每一朵花从容绽放的空间，让每一个平凡人包括残障人士都有出彩的机会，是一个开放性社会文明进步的标志。

今日论衡之民生探微 □江德斌

“桂林米粉店评星级”别弄成形象工程

6月2日，桂林市市场监督管理局公众微信号发布消息，3项桂林市地方标准将于2020年7月1日起正式实施。该标准中包含桂林鲜湿米粉的选料、包装等流程，并明确了米粉店建设和经营的相关要求，规定桂林米粉店分为三星级、四星级、五星级三个等级。各星级的评定由桂林米粉店等级评定机构按照严格的评定标准进行。（6月3日上游新闻）

桂林米粉是地方小吃，跟兰州拉面、武汉热干面、沙县小吃等一样，广为人知，在全国很多地方都有开店。米粉在桂林本地，则是广大市民的一种日常餐食，每天的消费量很大，米粉店在桂林市区大街小巷、乡镇随处可见，为市民提供方便服务。如今，桂林出台地方标准，对米粉店评星，俨然是要提升桂林米粉的品牌形象，促进产业做大做强，开辟更广阔的市场空间。

按照桂林发布的地方标准，对米粉店有正式经营年限要求，并按各店提供服务的综合能力分别评定相应的等级。评定结果则由桂林米粉店等级评定机构不定期在媒体上公告，星级的标志和证书由评定机构统一制作、核发，桂林米粉店等级的标志要置于米粉店显著位置。如发生米粉食品安全、人身安全等重大事故，将根据情节轻重给予降低或取消等级的处理，被处罚后一年内，不予恢复或重新评定等级。

桂林对米粉店的评级和监管、处罚等，制定了一套完整的标准，且并非针对所有米粉店，仅选择部分米粉店进行星级店升级改造与评定，对星级店予以扶持，颁发奖牌证书和奖励。可见，桂林米粉评星实际上是针对地方小吃的升级改造，这也是很多地方做过的事情，将本地特色小吃标准化，借此促进工艺规范，提升品牌形象，推动产业升级，进入现代化经营管理阶段。

在这方面，做得比较好的例子是“沙县小吃”，由地方统一整合资源，制定小吃工艺、经营品类、开店流程等标准，令“沙县小吃”形成了标准化体系，帮助沙县人在全国开店，构建起一个庞大的“沙县小吃”网络，据说当地还计划整合上市。近年来，柳州螺蛳粉非常火爆，市场规模逐年递增，成为紧俏的“网红小吃”，地方政府发布一系列做强产业的行动，大概也给桂林产生了强烈的刺激，急需追赶上来。

地方政府有做大做强产业的想法和行动，本身是好事，可以促进地方小吃产业发展，惠及市民和从业者。不过，此类由政府发起的行动，需要克制欲望，不要急于拔苗助长，将产业做成“高大上”的花架子，以避免沦为形象工程。应遵循市场规则，尊重市场自由竞争和商家自主经营权，最终由消费者和市场来抉择，到底哪些商家能够胜出。

热点快评 □然玉

善待“钟美美” 不要粗暴干涉也不要起哄捧杀

因为神模仿老师一度引发关注的黑龙江鹤岗男孩“钟美美”，近日被大量下架模仿老师的视频，甚至有人称他被教育部门约谈。之后“钟美美”就下架视频作出解释称，不想再发模仿老师的视频了，想发其他视频。当地教育局回应记者，强调“教育系统不存在约谈”“关于删除视频的问题，是小孩和家长觉得不太好，自行删除的，咱们没要求他做这个事情。”（6月3日新京报）

连日来，太多的目光聚焦于钟美美。粉丝们叹服于他惟妙惟肖、生动传神的表演，又不免忧心其在现实中可能遭遇的非议与压力。在“下架视频”的举动背后，“教育局约谈”的传闻持续发酵、越传越真。这之后，官方语焉不详的回应，同样未能从根本上打消公众内心的疑虑。当发生在钟美美身上的一切，被关联上“包容个性”“抑制创造力”等等舆论议题，此事俨然有了不一样的含义。人们所力挺的，显然不止于是这位年幼的表演者。

根据媒体报道“教育局承认学校与钟美美接触”，但同时透露，这种“接触”并非“和孩子本人联系”，而是透过学校和老师“正面引导”“希望孩子多拍一些正能量作品”……若此言为真，这波操作实则无可厚非，亦无太过分之处。但凡熟稔教育系统内部惯例，便不难理解此事的来龙去脉。一般来说，学校对于牵涉自身的“舆情”都有向局里上报的义务，局里收到情况汇报后通常都会给出指导意见——“钟美美”成为网络热点之后，照例是要经历这波流程的。

教育局关注到了“钟美美”，并间接施加了某种影响，这或许还算不上是“扼杀孩子创造力”的罪状。需要说明的是，钟美美固然是天赋爆表、表演精妙，但终究还只是一个13岁的孩子。他成为短视频平台的网红主播，被大量拥趸追捧乃至“封神”，这真的好吗？事实上，未成年人太早、太深地介入短视频等社交平台，这本身就是一个问题，并不是说钟美美“很出色”“很成功”，就可以超越于这一叙事框架。

的确，钟美美是天才模仿者，是看点十足的网络主播。然而，他还是一名学生、还是一个孩子。大众反感体制对钟美美的“干涉”和“塑造”，但不知想过没有，世俗期待、群体起哄所构成的“捧杀与裹挟”，对这个涉世未深的男孩来说，又何尝不是重压和恶意？钟美美就是他自己，他理应去做自己想做的事情，没有义务按照教育局的引导去拍“正能量作品”，同样没有义务去按照网友的意愿继续“模仿老师”搞笑。

永远不要将大人一厢情愿的意志强加给孩子，不论是职能部门还是吃瓜群众，都该铭记这点。对孩子最好的保护和爱护，是让他们毫无负担地“做自己”。