

今日论衡之世相评弹 口陈广江

“公开采摘濒危植物”即使是道具也不合适

日前,综艺节目《极限挑战》在网络引发热议。在青藏高原上,刘宇宁等多位明星嘉宾根据节目设置,寻找并采摘到了雪莲花,面对镜头发表成功感言。本是聚焦生态和扶贫的一档栏目却因此一幕让不少观众如鲠在喉,因为嘉宾们采摘的雪莲——正式名称为“水母雪兔子”,因为不当采摘,已经极濒危。(9月21日光明日报)

又有人因采摘濒危植物雪兔子“摊上大事”!去年8月,杭州一美食博主在海拔4000多米的户外采摘雪兔子并拿来煮泡面,视频发出后,引发轩然大波,事后该博主道歉,承认无知。这次有知之而无不及,知名综艺节目组团采摘,明星嘉宾齐上阵,而且节目还公开播出了。

一边是植物学家考考时,连标本都不舍得采摘,另一边是综艺节目明星嘉宾在节目里公开采摘,这只能用“无知无畏”来形容了。据专家介绍,水母雪兔子每年霜冻期长达8到10个月,生存条件十分恶劣,从种子萌发到开花需要数年才能完成,因此非常珍稀。目前,水母雪兔子在国家重点保护野生植物名录(征求意见稿)中已新增为国家二级保护植物。

9月21日12时许,涉事艺人刘宇宁公开致歉,但仍然坚持之前的说法——水母雪兔子是节目组提前放置的道具。但首都师范大学植物学家顾有容表示,“每一棵水母雪兔子的根茎叶花都十分清晰,不可能是人造的”,并直言:“这个节目实在是给踏踏实实做扶贫的人抹黑。”因节目组迟迟没发声,刘宇宁等艺人被推上了舆论风口浪尖。

被公开采摘的濒危植物水母雪兔子,到底是不是道

具?如果不是道具,那么此事所带来的负面影响相当之大;如果是道具,除了道具师的精湛技艺令人感叹外,该节目在播出时,并没有注明采摘对象是道具,而是以极其逼真的方式呈现了明星艺人采摘水母雪兔子的全过程,这不是有引导观众和粉丝采摘濒危植物之嫌吗?

搞噱头、赚流量本身无可厚非,但有个前提:积极健康,正向引导。作为一期以生态和扶贫为主题的综艺节目,《极限挑战》节目组拿采摘濒危植物水母雪兔子当卖点,对社会形成误导,造成不良影响,已背离了节目初衷。“绿水青山就是金山银山”要体现在具体行动上,而不能沦为口号。

在海拔4000多米、人迹罕至的高原上,任何一种生命都值得敬畏、呵护。但现实很残酷,自从人类的脚步踏上高原,这些珍稀植物惨遭毒手,某些人一看见珍稀植物就想挖回家入药。有买卖,就有伤害,水母雪兔子濒危的原因,恰恰是源于不当采摘。而这样一档受众众多的大众节目,这么多为人所熟知的人物,却没有表现出丝毫的敬畏大自然、保护生态环境的意识,反倒让自己成了负面榜样,以大自然的“征服者”形象示人,公然演出了一场破坏生态环境的“丑剧”“闹剧”。因此,不管是不是道具,综艺节目出现“公开采摘水母雪兔子”的情节都很不应该,理应受到谴责。

好在水母雪兔子等濒危植物已拟列为国家二级保护植物,即将受到法律保护。一旦国家重点保护野生植物名录正式出炉,再怎么“无知无畏”,恐怕真要摊上大事了。

首席评论 口马涤明

记者近日在多地走访了解到,各地各部门单位等强化监督、加强教育,多举措制止餐饮浪费行为,“舌尖上的节约”正成为百姓在外餐饮消费新风尚。不过,公务接待、自助餐等餐饮浪费情况仍较为突出,“面子”问题是造成浪费的重要原因之一。(9月21日经济参考报)

公务“剩宴”比百姓下馆子剩得更多,据说一个是为面子,再就是标准定得高。餐厅服务员透露的“招待规则”是,只要总费用不超标就没问题。

而在笔者看来,不管是“讲

面子”还是“不超标”,支撑因素都是“不差钱”。如果没有足够的公务接待预算,拿什么讲面子?我们总是批评一些部门和官员铺张浪费、不心疼公款,恐怕是忽略了真问题——公务接待预算“不差钱”。

公务接待上的浪费,一直是勤俭节约课题上的一个痛点问题。这方面,各级监管部门没少发文件,没少检查、曝光,也没少处理违纪部门和人员;虽说,各地遏制奢侈浪费之风正在渐渐形成,但像本文中提到的“面子性浪费”“不超标浪费”等情况,仍值得关注。

针对公务接待的浪费以及滥发公款问题,一直以来的常态化监管多是主张,严格控制公务用餐标

准,完善制度约束,强化相关监督措施等等。严格控制的弦不可谓勒得不紧,但这些“弦”是否勒到关键处,却值得研究。

从记者在河南、江苏一些地方看到的情况——宁可浪费、不可不够,尽量多上菜;七八个人却上了足够20个人吃的饭菜;大家共食的菜品基本未动……不难看出,“相关监督”和“制度约束”形同虚设。

而事实上,饭桌上的事从来都不是不好监督的;监管部门不可能天天明查暗访。但换一个思路看,如果公务接待预算“不差钱”,官员有心讲面子却不一定有足够的费用支撑,拿什么去撑“宁可浪费、不可不够”的面子?

勒紧预算、预算定期公开,或

许才是最有效的监督约束手段。如果将公务接待预算的每一笔支出乃至明细都晒在官网上,人人可见,就像被称为“全裸乡政府”的四川巴中的白庙乡,账本“裸露”到每一瓶酒、每一本稿纸花多少钱都晒得清清楚楚,奢侈浪费去哪儿去找市场?

说到底,钱是“本”,接待标准是“末”;总是在“控制接待标准”上做功课,而忽略对预算的合理管控,是否又陷入了“舍本逐末”的路径?

全明节约,政府部门无疑应该作出表率。如果一边是社会上的餐馆都在“N-1”,另一边却是政府公务接待“尽量多上菜”,那就不仅是一种物质的损失浪费,更是一种消极的示范了。

而借此契机能否重提“取消公务接待”,也是目前公众舆论热议的话题。实际上,公务部门之间本不该存在“公务接待”事项,这在没有太大必要——公共事务的沟通,不该以酒席联络感情,否则完全不符合公共服务的逻辑。纳税人也没有义务负担“公务人员感情成本”。中央领导外出用餐都是工作餐,地方官员为何要特殊?

至于说招商引资,如果地方政府把招商环境搞好,把服务做好,足可达到投资人满意;投资人是来投资获利的,而不是来吃喝的,这个逻辑毋庸置疑。值得怀疑的是,是否某些官员借“招商引资”之名大吃大喝?借此机会做大“公务接待”?

漫画 「跨界月饼」 文斯 涵鸣



中秋节将至,月饼作为节日具象化的代表,也迎来了销售旺季。除了传统月饼企业之外,近年来,月饼行业的入局者也越来越多。肯德基、必胜客、西贝莜面村等餐饮企业,喜茶等茶饮品牌,百草味、三只松鼠等零食品牌都推出了中秋月饼礼盒。餐饮、茶饮、零食品牌入局月饼领域已成为一种常态,这背后,有什么样的原因和目的?(9月21日成都商报)

茶饮、餐饮品牌纷纷做月饼,一是“易”,二是“利”。现代食品产业强大的供应链为跨界“联名”月饼提供了便利;而在自带关注势能的中秋假期推出自家的月饼,借势营销,既能刷一波存在感,为品牌打一波广告,说不定还可以大卖、带动其他产品销售,何乐而不为?

跨界“联名”月饼之所以受到关注,在于创造了新的传播内容,重点在于一个新字。我们注意到,餐饮店、茶饮店的月饼更多针对的是到店消费的客户,新奇的跨界容易引起消费者尤其是年轻人的好奇心,新颖的口味会强化顾客群体的黏性,与俱俱进的中秋营销方式会增加品牌知名度……于交易双方而言,都算得上是一次不错的市场销售体验。

然而,商场如战场,胜负难料。跨界流行的年代,“联名”月饼是闯出新路还是浅尝辄止“玩玩票”,在于品牌商的眼光与筹划,更在于市场的优胜劣汰。而真材实料、质量过硬才是最受消费者认可的“馅”,是在竞争激烈的月饼市场上长久立足的不二法门。

保险公司百万年薪招主播,娱乐性与合规性如何兼容?

热点快评 口然玉

近期,众安保险开出的一张百万年薪“英雄帖”备受关注,誓要打造保险业的“李佳琦”,希望将直播的娱乐性与金融的专业性相结合,为用户提供专业易懂的金融科普服务。当直播成为一种全民场景后,越来越多的保险机构开始抢滩直播大潮,将其作为保险行业营销宣传的新模式。不过,一片红火之下,监管部门以及行业协会也对其中存在的隐忧和风险作出了大量要求和提醒。

万物皆可直播,直播赋能一切。时至今日,“直播万能主义”在各行各业大行其道,就连理论上属于传统行业且专业性极高的“保险公司”,都不能免俗跃跃欲试。“all in 直播”的热潮之下,从业主播的价码也是一路水涨船高。最新消息是,有保险公司一掷重金,开出年薪百万的优渥薪酬高调招聘理财主播。如此大手笔,开行业之先,但其本身的逻辑,却是

非常可疑。

显而易见,高价招聘保险直播,无非是为了拉动产品的营销宣传,最终提升销量。然而有必要厘清的是,在这一模式中,所谓“保险主播”,到底要扮演何种角色?是单纯的“代言人”“推荐官”,还是“直播销售员”?如果是后者,则本质上就属于是“保险代理人”,按照有关规定,是必须具备资质且要登记备案的。就此而言,就算是顶流网红主播,也未必能够成为合规的保险直播人。

梳理保险行业的现状,一个令人担忧的现象在于,许多保险公司并未就直播和主播的合规化进行太多努力,反倒大打擦边球。其典型的操作手法是,在“保险直播”中将宣传和销售行为混为一谈,这种“荐售”一体的模糊营销方式,很大程度上逃避了监管对于资格、牌照的要求。主播带货卖保险,却不受相关行业规范的约束,这显然是存在漏洞的。

一个基本的道理是,保险并非普通的消费品,而是属于

金融商品。这决定了,那套网红直播带货的营销模式,也许并不适合直接照搬到保险的营销中。我们知道“直播带货”,讲究的是风趣幽默、妙语连珠,往往是诉诸于情绪煽动而引导消费者作出冲动的购物决策。可是,保险产品因其涉及及到格式合同条款解释、风险告知、投保人适当性审查等专业事项,这无疑是审慎的、严肃的,也是枯燥的。

保险公司当然想通过“说学逗唱”就把保险卖了,投保人却不能稀里糊涂看着直播就把保险买了。从某种意义上来说,保险和基金、股票有着相似和金融基因,对于其宣传营销过程的合规性管理,只能从严而不可放松。如果任由“保险直播”从现有监管体系撕开一道口子,那么长此以往,“买卖保险”娱乐化、轻率化、套路化,到最后恐怕只能剩下一地鸡毛。在肯定行业创新的同時,监管部门是时候进一步明确态度并给出针对性制度回应了!

通过免费分享餐厅的余量食物,参与到杜绝“舌尖上的浪费”的行动中——

广州6家肯德基试点“食物银行”

浪费可耻 节约为荣

近日,在广州和深圳市商务局的支持和指导下,广深12家肯德基餐厅共同发起倡议,启动“食物银行勤俭节约自取站”,通过向有需要的市民免费分享餐厅的余量食物,参与到杜绝“舌尖上的浪费”的行动中,发挥龙头企业的榜样作用。

创新节约模式: 食物银行自取站

在广州淘金路肯德基餐厅门口,一台贴有“肯德基食物银行 勤俭节约自取站”的冷冻冰柜里,存放着鸡翅、油条等数十袋食物。在冰柜的侧面,“珍惜粮食”“物尽其用”“合理拿取”等字样非常醒目,倡议免费自取的市民践行勤俭节约的新风尚。

据介绍,食物银行的食物采用冷冻的形式存放,冰柜温度在零下22至零下18摄氏度之间,以确保食品安全。考虑到取用的方便,肯德基将余量食物进行分袋包装,并在包装袋上标明产品名称、生产日期、食用指引等信息。

羊城晚报记者取出食物银行内的一袋“原味鸡”,包装袋上的食用指引信息非常醒目:“冰柜内食品非即食食品,需要重新加热至中心温度达到75度方可食用”“食品只可当天食用,且只可复热一次。”

据悉,肯德基充分利用大数据计算等方式,在采购、生产、销售等环节通过科学的管理,做到最大程度的节约。受客流、天气等动态因素影响,部分餐厅会有少量的未售出食物。肯德基引入了创新的“食物银行”模式,将餐厅每日节余的食物免费分享给周边有需要的居民,积极探索餐饮业“光盘行动”。“肯德基食物银行”的食品,主要以原味鸡、辣翅、烤翅、油条、薯饼为主。

“节约自取站”: 点亮“爱的1.5公里”

今年,广州市人民政府印发了《广州市人民政府关于印发推动慈善事业高质量发展行动方案的通知》,提出鼓励大型商业广场、图书馆、连锁门店、游客中心等设置慈善空间,用于慈善项目宣传、慈善活动开展、慈善文化传播的新方式。广东肯德基积极响应倡议,在保证食品安全的前提下,科学合理处置已过去最

佳赏味期但仍在保质期内的食物,减少食物浪费,为有需要的群体提供援助。其中,肯德基的“勤俭节约自取站”人选为广州市公益慈善联合会、广州市慈善会颁发的首批慈善空间之一,充分发挥行业及餐厅渠道资源,实现可持续的社会慈善效应。

据悉,食物银行勤俭节约自取站主要服务餐厅周边1.5公里的市民,通过试行初期的观察,附近居民、餐厅常客、外送小哥等都会前来领取。在肯德基“食物银行”公益试点项目启动现场,不少顾客纷纷驻足了解项目详情,点赞肯德基的公益行为——

执信中学征集百年校庆logo

羊城晚报讯 记者蒋隽报道:21日,广州市执信中学百年校庆启动仪式暨《朱执信传》出版发行仪式举行。明年就是该校百年校庆,学校面向全球征集百年校庆logo、校庆主题曲等。

上午8时,执信中学全体师生齐聚运动场,举行了纪念朱执信先生殉国100周年的纪念仪式。在现场,校长何勇发表讲话表示,纪念执信先生,就是要学习他的革命精神,学习他担民族

振兴视为己任的担当精神。

明年执信中学将迎来建校100周年。在仪式现场,何勇还宣布了百年校庆系列活动启动。“我们要建一个校史博物馆,届时就会落成。我们还邀请中山大学著名教授黄天骥为我们写百年执信赋,对执信中学百年办学作一个总结。”何勇告诉记者,学校还将面向全球征集百年校庆logo、校庆主题曲,制作校庆文创产品、拍摄校庆宣传片、举办相关论坛等。

传承彭加木“铺路精神” 白云区启动第十七届关心下一代宣传月活动

羊城晚报讯 记者符畅、通讯员刘俊洪报道:21日,白云区第十七届关心下一代宣传月活动启动仪式暨2020年白云区未成年人思想道德建设联席会议在彭加木纪念馆举行,活动围绕“崇尚科学精神,奋进伟大时代”主题,为在场的市民群众及学生代表进行一次爱国主义教育。

据了解,今年是白云区籍、著名科学家彭加木诞辰95周年。在活动现场,伴随着激昂的中华人民共和国国歌旋律,全体

人员向科学家彭加木烈士雕像敬献花篮。

据悉,白云区从2004年开始,把每年的5月份定为关心下一代工作的宣传月(今年受疫情影响,推迟到9月举行),宣传月期间以贴近国家方针政策、贴近全区的中心工作、贴近未成年人的生理和心理特点而设定不同的活动主题,广泛开展关心下一代宣传月活动。活动已成为白云区开展未成年人思想道德建设工作的特色品牌。



前来领取食物的环卫工

海珠成立区平安寄递物流协会

不仅有助于规范行业乱象,还壮大了群防群治队伍

羊城晚报讯 记者李焕坤,通讯员苏彦、胡磊摄影报道:物流车辆无序进入、快递不知所踪……这些与快递有关的问题是否困扰过你?21日,广州市海珠区平安寄递物流协会成立大会暨第一次会员大会在珠江国际纺织城召开。据介绍,该协会的成立不仅有助于规范行业乱象,还将壮大海珠群防群治队伍。

羊城晚报记者了解到,协会

的会员既包括了邮政、顺丰、中通、德邦等各大传统品牌企业,也包括蜜獾科技等互联网新兴企业,共同打造智慧流通体系,协会还引进中国联通、中国电信等通信企业加盟。

据协会会长闵婕介绍,协会成立后将发挥好“监督员”“传达员”“引导员”“网格员”四个方面的作用。“比如针对物流行业存在的车辆规范、安全收寄等问题,我们将建立行业规范,出

台一系列标准,包括推进快递物流车辆规范统一,淘汰一批不符合标准、影响交通安全的快递物流车辆;要求快递员持证上岗;开启快递物流网点的星级评定,并对社会公示等。”

据悉,协会打造了一支由快递小哥组成的群防群治队伍——“流通者联盟”(见右图)。“通过‘海珠平安使者’小程序,快递小哥认领任务,或者将自己发现的治安线索上报。”



番禺持刀伤人案中 两受害人伤重不治 犯罪嫌疑人自残身亡

羊城晚报讯 昨天傍晚,广州番禺公安发布最新通报:21日7时35分,番禺区钟村街街兴路发生一起持刀伤人案件,致5人受伤。案发后,警方迅速开展调查处置工作。经省市医疗卫生专家组全力救治,其中2人伤重不治,其余伤者伤情稳定。

警方迅速查明犯罪嫌疑人身份、作案经过。犯罪嫌疑人王某(男,47岁)长期有抑郁病症,在被现场安保力量制服过程中用刀自残,番禺警方增援警力到场迅速控制了王某。随后,王某经抢救无效死亡。公安机关正对此案作进一步调查,并配合政府相关部门开展善后工作。

番禺区钟村街街兴路发生一起持刀伤人案件,致5人受伤。案发后,警方迅速开展调查处置工作。经省市医疗卫生专家组全力救治,其中2人伤重不治,其余伤者伤情稳定。