让农民成为体面的职业

乔金亮

所谓新农民，其最大特点就是职业化；培养新农民，就是要通过富裕农民、提高农民，加速农民职业化，引导人力资本归农，让农民成为体面的职业。经过连续多年的培育，我国新型职业农民队伍已经超过1500万人，但对比农业农村发展需要，依然存在较大差距。无论新老农民，都存在职业化的问题

热点快评

中国科协和农业农村部日前宣布，启动乡村振兴农民科学素质提升行动，计划3年培养400万“新农民”。所谓新农民，其最大特点就是职业化；培养新农民，就是要通过富裕农民、提高农民，加速农民职业化，引导人力资本归农，让农民成为体面的职业。

在传统城乡二元体制下，农民是一种身份概念，是户口在农村的集体经济组织成员。在现代社会分工中，农民是一种职业概念，指专门从事农业生产经营的人群。身份和职业的区别在于，身份只能被动接受，但职业可以自主选择。传统农民扎根于土地，计划经济时代往往难以流动，改革开放后伴随外出务工大潮，传统农民日益兼业化。与传统农民的代际传承不同，职业农民具有开放性。如今，作为整体的农民，其务工收入已超过务农收入。职业农民收入则主要来自农业。

随着我国农业由传统向现代加快转型，适度规模经营迅速发展，农业产业体系、生产体系、经营体系正在重塑，农业农村发展将更加依靠劳动者素质提升，对从业者能力提出了更高要求。在构建新型工农城乡关系的当下，职业农民具有现代化、产业化的生产方式和城市化、时代化的生活方式。其生命力就在于，运用新理念新技术新装备，发展新产业新业态新模式。

农业农村现代化既包括“物”的现代化，也包括“人”的现代化。以往多强调物质投入，对人力资本投入有所忽略。不少地方工作中只注重农产品的指标增长，忽略了提高务农队伍素质，农村教育、科技、文化等公共投入少，导致农村人口素质偏低。当前，我国农村居民科学素质比例为4.93%，大大低于全国8.47%的平均水平。迫切需要加快培养职业农民队伍，把劳动者素质优化到与现代农业相匹配的水平。

经过连续多年的培育，我国新型职业农民队伍已经超过1500万人，但对比农业农村发展需要，依然存在较大差距。一是新型职业农民培育制度已基本形成，但促进职业农民全面发展的制度体系尚未建立；二是城乡发展差距导致人才虹吸效应，职业农民数量不足仍比较严重；三是农业的比较效益较低、风险较大，对职业农民的支持政策不足。

目前，我国约有6亿农民，即便将来城镇化率达到70%以上，也还会有4亿多农民。因此，无论新老农民，都存在职业化的问题。通过富裕农民、提高农民，让农民成为体面的职业，一方面，让有条件有意愿的农业转移人口市民化、成为稳定的非农产业工人；另一方面，要让真心务农、安心在农村的各类群体职业化，成为高素质农业从业者。

富裕农民，才能增强农民的职业黏性。按照农业发达国家的标准，通常耕地的80%靠职业农民来耕种，农业产值的50%由职业农民贡献。因此，比较效益是职业农民长期稳定从事农业的基础，是解决农业农村后继乏人问题的突破口。要通过适度规模经营和强化支持保护，让务农有前景、有奔头，让规模农业效益超过外出打工的效益。

提高农民素质，才能增强农民的职业认同。教育培训与社会保障是提升职业农民素质、稳定职业农民队伍的重要途径。同时，可以逐步完善职业农民注册、职称认定、信息登记等制度，以便对其精准支持，解除新型农业从业者对于医疗、教育、养老方面的后顾之忧。建立兼顾新型主体和小农户发展的政策，创造良好的务农环境，实现强农惠农政策的公平与效率。

来论

支持酒店限供“六小件”

江德斌

酒店“六小件”，泛指酒店为顾客提供的一次性免费洗漱用品，包括牙刷、牙膏、香皂、沐浴液、拖鞋、梳子。很多消费者已习惯于住酒店时使用这些一次性用品。根据《上海市生活垃圾管理条例》，从7月1日起，上海的酒店将不再主动提供“六小件”。目前，北京市文旅局正在研究类似做法。

“六小件”具有方便实用的特点，能够满足客人的基本洗漱卫生需求，经过持续多年的推广，已经成为酒店业的标准配置，客人也养成了免费使用“六小件”的习惯。但是，“六小件”大都是一次性用品，看似小东西，可总量加起来很大，用不完就丢弃自然会造成较大的资源浪费问题。因此，对酒店“六小件”采取限供措施，有助于倡导环保节约，实现垃圾减量，减少资源浪费。

随着社会环保意识的进步，越来越多的人认识到一次性用品的危害性，有部分人主动选择自带洗漱用品入住。显然，社会环保意识的逐步提升，为限制、取消酒店“六小件”奠定了民意基础。需要注意的是，一些地方规定的是“不主动提供”，意味着如果住客有需要的话，还是可以向酒店讨要“六小件”的，并非完全禁止。显然，这是考虑到现实需求及消费习惯，采取了逐步限制到取消的思路，让酒店从业者与住客都有适应的过程。其它城市如果要立法限制“六小件”，不妨参考有关城市的经验，并结合本地实际情况，制订适宜可行的方案。

会员制电商谋求变革

张 锐

目前，作为一种较为前卫的商业模式，会员制受到国内外新老电商共同青睐。最新数据显示，亚马逊的“Prime会员”数量已达1.19亿，每年会员平均消费额约2500美元，大大超过了非Prime会员月600美元的平均消费额。

一般而言，会员制之下电商的利润并非源于商品差价，而是取自会员缴纳的会费。用户既然支付了费用，就理应享受非付费用户所不可能享有的权利。通常，付费用户能够享有所有商品大幅折扣甚至是“平进平出”的优惠，同时享受足额与超额的配套服务，并得到更多的增值服务。

不同于传统电商，会员制电商将商品从工厂直接发送到会员手中，为零售商节省了不菲的商品储运成本及定价、促销、砍价等运营成本。同时，因其主要利润源于会员费，电商平台可以用更低的价格为消费者提供高质量产品。会员制电商还不同于传统电商的普客制，其锁定的是特定用户群体，提供与输出的是精准服务，以此换取用户的忠诚度，带动电商平台的获客成本大大降低。

具体到国内，电子商务迭代过程也证实了会员制电商发展的必然性。首先是“流量电商”遭遇到流量瓶颈，接着便有了“社交电商”的新风口，但“社交电商”之后，电商又开始思考如何留住用户和增强用户黏性的问题，此时“钥匙”就落在了会员制电商身上。对于电商平台而言，会员制电商代表着从流量思维转向用户思维，从销售商品思维转向经营会员思维，从快速获客的增长型思维转向深度运营客户的留存型思维，其蕴含的变革意义非同凡响。

除了电商平台主动谋变之外，国内有利于会员制电商落地的商业环境也显著成熟。截至目前，我国人均GDP超过9700美元，中等收入群体突破4亿人，国内消费升级不断推进，消费者更加注重消费过程中商品和服务的品质与水平，付费会员制正好可以满足消费者对价格、品质以及服务的更高需求，由此也塑造出了会员制电商的良好市场基础。

相较于非会员数量，目前国内电商平台上的会员规模的确还较小。对于未来会员制电商如何发展，笔者认为应当体现三大原则，即用户成本支出和收益回报对等原则、需求匹配原则以及服务充分供给原则。消费者支付会员费用，自然会想到能够将成本投入尽可能快地补赚回来，甚至希望获取超过成本的收益。为此，电商平台要拿出与非会员商品能完全区别开来且具有明显性价比优势的消费品，同时提供可以满足消费者需求的饱满产品线。另外，会员制电商表面上卖的是商品，其实卖的是服务，作为卖方的电商平台应在创造广泛消费场景的基础上，对会员精确画像，突出商品与服务的差异化与个性化匹配。更为重要的是，电商平台还需做好完备的会员权益体系设计，在保持权益层次丰富度的同时，推动相关权益不断迭代升级。

商海春作(新华社发)

转入地下

吃了就能变聪明、无副作用、能增加免疫力……近年来，每逢各类考试前夕，一种号称“聪明药”的药品便在网络上走俏，一些家长、学生热衷购买服用。有媒体调查发现，所谓“聪明药”属于国家严格管控的精神类处方药，不能随意购买。在相关部门严打之下，一些药商转入地下，通过电商平台、社交媒体等隐蔽销售。业内人士认为，相关部门要有针对性地加强网络监管，对涉事平台严肃追责。同时，社交媒体和网络销售平台也要担负起法律和社会责任，通过技术手段查获、拦截非法交易。 （时 锋）

“一医一患”重塑医疗秩序

朱 丹

推行一个诊室“一医一患”、增加下午出诊号源、增加5个儿科医联体、控制不合理医疗费用增长……据报道，北京市医耗联动改革启动，同步推出5大类40项改善服务措施，要求各级卫生健康行政部门和各级各类医疗机构认真落实，在改善服务上用心，在规范行为上用力。

“一医一患”就是一个诊室内只有一名医生和一名患者。这种举措不仅可以提升医生问诊的效率和质量，实现患者与医生的充分沟通交流，也有利于保护患者隐私，消除患者的尴尬心理。

长期以来，在不少地区，关于医生接诊秩序并没有详细的规定，很多医生都是本着有问必答的原则，尽可能地回答每个患者的提问，这固然能够体现出医生的道德和服务素养，但也容易出现患者扎堆的现象。这种情况不仅破坏了诊疗环境和秩序，也影响了医患沟通质量。对一些正在接受检查或被问诊的患者还可能造成隐私泄露。

推行“一医一患”就诊服务，是提升就诊体验的有效举措。诊疗环境和秩序不仅关系到医生专业水平的发挥，也关系到患者的健康和安全。秩序的形成还需要医院方面加强管理，出台规范措施，注重保护患者隐私，打造安静、和谐、有序的环境和秩序。患者就诊时也应该自觉遵守秩序，配合医院管理，从而提升问诊效率，确保诊疗质量。

众声

倪鹏飞
中国社会科学院城市与竞争力研究中心主任

房地产调控政策分化是趋势

从2019年来看，房地产调控政策基调为维稳、分化、放权。健康平稳发展是房地产市场的重中之重；房地产调控政策分化是大势所趋；也更加注重各地政府在房地产调控中的主体责任和自主权的扩大。预计政策调整以结构化方式为主，各地将充分发挥城市政府的主体责任，实行局部试探性微调。由此，不同城市的市场运行结果将明显分化：一二线城市以保障刚需和改善性需求为重点，在政策边际改善之下，市场成交活跃度将有所提升，销售面积同比可能实现小幅增长；三四线城市区别对待棚改安置，已完成去库存的地区将逐步退出或减少货币化安置。由于失去强政策托底，加之市场需求透支，市场销售有可能进一步回落。

李 锦
吉林大学中国国有经济研究中心研究员

授权放权有利激发企业积极性

近日，国务院国资委印发了《国务院国资委授权放权清单(2019年版)》，这是贯彻落实中央关于国有企业要加大授权放权，激发微观主体活力精神的重要举措，是深入推进国有资本授权经营体制改革、完善国有资产管理体制的关键一步，也是落实由管企业向管资本转变，依法确立国有企业市场主体地位、增强改革活力的具体步骤。这将激发微观主体活力与管住管好国有资本有机结合，最大程度调动和激发企业的积极性。从国资改革来讲，开展授权放权，就是要最大限度减少对企业生产经营活动的干预，更多依靠公司治理结构开展工作，以管资本为主履行好出资人职责。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 马洪超 徐 达

归还乘客遗失物品，该不该收费

网约车平台应算大账

佘 颖

近日，网约车企业滴滴发布了国内首份《网约车物品遗失管理办法(试行)》征求意见稿，提出乘客因自身疏忽导致物品遗失的，司机归还物品时，乘客应给予合理费用。

平台和司机多半是支持收费的。据滴滴相关数据显示，今年第一季度，滴滴共协助乘客寻找遗失物品近42万件，月均找回失物近10万件，31.2%的物品无法找回。站在平台和司机的角度，可能会认为对归还遗失物品收费有助于提高司机送还失物的积极性，也可以分担一部分送还失物的成本。

但是，消费者权益保护法第七条明确规定，消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务符合保障人身、财产安全的要求。第十八条则规定，经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影剧院等经营场所的经营者，应当对消费者尽到安全保障义务。

同时，我国合同法第60条规定，当事人应当遵循诚实信用原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。作为网约车经营者，司机、平台在乘客上车的那一刻，已经签订了事实上的合同，那么平台司机就有责任在乘客下车时提醒消费者带好随身物品，在发现遗失物品后也有保管义务。

因此，作为运营性车辆，滴滴网约车有义务按照法律规定，确保乘客的财产安全不受损害。归还乘客遗失的财物是履行法律义务的应有之义，不应收费。

不过，从经济上算账，乘客由于自身原因遗失了财物，司机在送还、保管乘客遗失物品时，的确付出了额外的劳动和时间，这部分劳动时间是在合同规定之外，可以在协商的情况下，由乘客给予一定补偿。但这种补偿只能由乘客与司机自愿协商，不能用平台的条款白纸黑字地要求“司机归还物品时，乘客应给予合理费用”。

既然要算经济账，还有一笔账可以帮着滴滴算一算——在激烈的商业竞争中，是企业的口碑重要，还是送还遗失物品的车费、保管费重要？须知，网约车领域的竞争还未落幕，滴滴的对手依然虎视眈眈，对遗失物品收费，其实有损消费者的体验感，至少让他们没有那么多的安全感，不利于培育企业美誉度。如果此时对手推出政策，由平台奖励拾金不昧的司机，而不是把这笔费用转嫁到消费者头上，这样带给消费者的幸福感是不是更强一些？如果滴滴因此失去了一部分消费者，是不是得不偿失呢？

PK

失主须承担归还成本

吴元中

近年来，就归还遗失物品所发生的费用负担问题，时常引发争论。与大多数失主通常会对捡拾人表示感谢甚至酬谢不同，个别失主因认为法律规定应无偿归还，便认为归还遗失物品是捡拾人的义务，是其应该做的，连句道谢的话都没有，更拒绝承担因归还遗失物品发生的费用。

根据自己对自己行为负责而不是让别人负责的道理，乘客应当在下车时自己主动检查是否遗落物品，而不是把检查责任完全推给司机，由司机检查确保乘客没有遗落物品后才能再继续营运。既然是自己的过错，自然应该由失主自己承担找回物品的责任。如果不是遗落在出租车或网约车上，而是掉在了马路上，也是失主自己花费时间、交通费等寻找物品，自己对自己造成的损失埋单，而不是让捡拾人承担归还费用，为其遗失和找寻行为买单。

同理，通过“虚拟号”“三方通话”等方式联系到司机，找到了遗失物品，当然应当自己去取，自己负担找回物品的费用。如果自己不方便去取，而是想让捡拾人送还的话，鉴于送还行为实际上是替失主跑腿，是为失主权益实现所付出的成本，自然应当由失主承担相应成本。从这个角度看，拟规定在司机送还的情况下，乘客应给予合理费用，是合理正当并符合责任原理的。

民法通则与物权法虽然规定拾得遗失物品应当无偿归还，不应索取报酬，捡拾人不应因捡拾遗失物品索取报酬、获取利益，这一立法思路显然是为了在全社会弘扬高尚道德。当然，这并不意味着捡拾者要为捡拾行为付出代价，承担保管和归还遗失物品的成本。恰恰相反，两部法律都根据责任原理规定遗失人应承担相应费用。民法通则规定，“拾得遗失物、漂流物或者失散的饲养动物，应当归还失主，因此支出的费用由失主偿还”。物权法规定，“权利人领取遗失物品时，应当向拾得人或者有关部门支付保管遗失物品等支出的必要费用”。虽然这两部法律没有直接规定遗失人应支付拾得人送还等费用，但确实对这种归还遗失物品的成本费用作出了明确。可见，网约车平台拟规定乘客应当给予司机送还遗失物品发生的费用，也是符合法律规定与精神的。

此次对相关规定的讨论，应引起遗失人对责任与义务问题的重视。也只有通过合理的权利义务分配并建立双向化的权利义务关系，使人都能认识到自己的责任和义务，凡事首先想到自己的责任义务，而不是光想自己的权利和别人的责任义务，这样才会理性行事，形成合理的社会关系与秩序，社会道德也会因为建立在理性的基础上更加坚固可靠。