给米粉店评级别发偏了力

# 合村并居,绝不能强制"农民上楼"

□ 乔金亮

# 深度观察

合村并居是牵涉农民基本生产生活的大事,是农民利益的深刻调整,涉及地方政府与农民利益分配、农村集体与农户利益分 配等一系列复杂问题。在这个过程中,要顺应农村产业发展、劳动力转移以及自然资源禀赋等条件,提高农民对关系其切身利益 重大事项决策的民主参与度,使合村并居成为自然而然、水到渠成的选择

日前,某省自然资源部门提出,将 编制全省村庄布局专项规划,制定全省 合村并居规划指导, 稳妥推进合村并 居。此前,已有一些地方花费大量财力 推动合村并居, 引发社会关注。笔者认 为,合村并居、村庄撤并,要遵循乡村 发展规律, 尊重农民自身意愿, 科学规 划、顺势而为、稳妥推进,不得强制农 民搬迁和集中上楼。

所谓合村并居,就是拆除农民住房、 合并原有村庄,建立新型农村社区,让农 民集中住进楼房。在城镇化形势下,合村 并居有其合理性。有些地方村落过散过 小, 村级组织运转成本高, 各项公共服务 的到达成本高,不利于村庄长远发展。随 着大量农村青壮年进城, 空心村比例在提 高,有的农村居民点用地范围大,房屋空 置率高,存在土地浪费情况。整体看,无 论是城镇化进程还是农村经济发展,都需

要盘活农村闲置土地, 合村并居是其中的

必须看到, 合村并居是牵涉农民基本 生产生活的大事,是农民利益的深刻调 整,涉及地方政府与农民利益分配、农村 集体与农户利益分配等一系列复杂问题。 在实际操作中,个别地方一哄而上,重点 不是在城乡基本公共服务的均等化上, 而 是在土地资本化上下功夫,瞄着巨大的土 地增值收益。一些地方由于监督不力,未 充分尊重农民意愿,致使农民利益受损。 一些地方丢掉的不仅是古村落, 连现代农 村风光也失去了。

分析起来,很多地方之所以推动合村 并居,原因是农民上楼后,节约出的宅基 地复垦为耕地,按照耕地占补平衡的要 求,可以换取城市建设用地指标,这是土 地财政的来源之一。从农民的角度来看, 一些农民之所以不愿意,原因大概有以下

几种: 有的是不愿放弃祖辈一直居住的宅 基地;有的是对退出宅基地折价的金额不 满意;有的是担心住上楼房后,生活成本 提高不少;有的是觉得种地不方便,得骑 着摩托去种田, 农机和粮食也无处存放。

可见,村庄合并、集中居住本身并不 难,难的是真正解决好农民的生活保障, 不能因为上楼居住而使其生活水平下降、 就业受到影响; 难的是让农民群众明白这 种变化的意义,并拥有充分的自主选择 权,使得调整更加科学合理、平稳有序, 真正做到"合村又合心"; 难的是要做好 配套的产业支撑和公共服务, 走产业集聚 和人口集聚结合的新型城镇化道路。

现实中, 尊重农民意愿并非一句空 话。要顺应农村产业发展、劳动力转移以 及自然资源禀赋等条件,提高农民对关系 其切身利益重大事项决策的民主参与度, 使合村并居成为自然而然、水到渠成的选

择。正是基于此,中共中央、国务院印发 的《乡村振兴战略规划 (2018-2022 年)》明确提出,农村居民点迁建和村庄 撤并,必须尊重农民意愿并经村民代表大 会同意,不得强制农民搬迁和集中上楼

当前, 尤其要防止种地农民被上楼 合村并居要因地制宜,不是每个地方都适 合,也不是每个地方都能搞。毕竟,在相 当多的传统农区,农村的主要产业仍然是 农业。要科学把握乡村的差异性和发展分 化特征,对于哪些村保留、哪些村整治、 哪些村缩减、哪些村做大,都要经过科学 论证,做到分类指导、因村制宜、精准施 策。必须防止违背农民意愿,把城市建设 的做法照搬到农村,大搞合村并居、撤村 并居、集中上楼。否则, 不仅会使村民共 同生产、共同生活、共同组织的基础逐渐 丧失, 也违背了推进乡村振兴和新型城镇

## 辩证看音频APP插播广告

□ 何勇海

据报道,最近一些音频APP插播广 告引发消费者关注。业内人士表示,未来 这或许会成为一种趋势。

作为听众,当然反感音频APP插播 音频广告。因为听书、听音乐时, 人们不 希望被打扰。不过,如果从音频 APP 可 持续运营的角度看,一方面,随着用户增 速放缓、竞争日益激烈, 在线音频企业经 营压力越来越大。广告和付费收入低,同 时版权费用又很高,这是不少在线音频企 业面临的现状, 因此不得不寻找新的盈利 点。当非会员不愿意为听书、听音乐等花 钱, 更愿意享受免费服务时, 平台插播一 些音频广告, 收取一些广告费用, 也可以

另一方面, 音频 APP 插播音频广 告,往往是针对非会员用户,如果想免除 广告, 听众完全可以购买会员服务, 享受 "去广告声音"等特权。

音频 APP 插播广告, 平台获得更多 广告费,就可以分更多费用给版权方, 还可能带动平台上其他内容联动。从这 个角度上说, 音频 APP 插播音频广告并 无不妥,但需要予以规范。一是应对插 播音频广告的时段、时长、广告条数等 予以明确规定; 二是应对插播音频广告 的内容予以明确, 如听音乐期间可插入 新歌推介广告, 听书期间可插入新书广 告等,最好不要跨行业插播广告,更要 防范不良广告。

## "西瓜地图"容下桃子又何妨

□ 范子军

眼下, 西瓜正进入销售旺季, 不少地 方城管部门发布"西瓜地图",为瓜农和 摊贩设点提供指引,体现出的民生情怀值 得点赞。不过,个别地方推出的"西瓜地 图"包含某些限制性条款,值得商榷。

比如,某地"西瓜地图"销售点,不 允许超范围经营,不得销售蔬菜和其他水 果等,一经发现就要取缔。这样的规定貌 似无可厚非, 但无论是从便民、利民角 度,还是在促就业、保民生的形势下审 视,都有必要从观念上改变。

其实, 只要不影响交通秩序、不影响 环境卫生, 在售卖西瓜的同时顺带些许 "芝麻",把地里收获的蔬菜、水果拿来赚 点钱,并无不妥。将货车作为西瓜临时销 售点也是地摊的一种, 如今地摊经济大有 合理放开之势,"西瓜地图"局限于西瓜 "专卖"显然不合时宜。因此,相关地方

应与时俱进,推出升级版的"西瓜地图"

西瓜临时销售点也好, 其他街头小摊 小贩也罢, 因划定允许设点摆摊处区位偏 僻、人流稀少、生意惨淡,是一些商贩热 衷与城管"打游击"的重要诱因, 也是城 市管理面对的又一个共性问题。最近, 些城市尝试选择合适的繁华地段开发地摊 经济,赢得了不少好评。地摊经济的亮点 在接地气, 落点在为民、便民、利民, 有 利可图才能"火"起来,并且持续"火" 下去,给民众带来更多获得感。这既是基 于常态化疫情防控条件下促就业、保民生 的考量, 也是对某些排斥地摊经济做法的

期待各地城管部门进一步转变观念、 拓展思路、改进服务。城市管理多担当一 点、多付出一点, 群众多收益一点、满意 多一点,才能真正实现共赢。



### 警惕推销套路

针对未成年人观看电脑、手机等各类电子屏幕的时间增多,视力受损风险明显增大 的"商机",不少商家千方百计"套路"家长为孩子购买价格更高的"护眼神器"——防蓝光 眼镜。媒体调查发现,为了促销,不少产品宣称能"阻隔屏蔽约95%蓝光",有的则承诺能 "有效预防近视",还有的自称是美、德、日等国的"洋品牌"。当前,"防蓝光"产品功能被夸 大,部分产品质量堪忧,消费者权益也难以得到保障,下一步必须加大力度解决行业准入 门槛过低、缺乏产品关键指标硬性规范等问题。



# 农民工培训要做到"精准渗透"

□ 韩秉志

前两天, 人力资源和社会保障部下发 通知,明确今明两年每年培训农民工700 万人次以上,以在岗农民工、城镇待岗和 失业农民工、农村新转移劳动力、返乡农 民工、贫困劳动力等为实施对象。职业培 训无论是对于经济转型, 还是对于促进当 下的农民工就业,都具有重要意义。

截至2019年,我国农民工总量超过 2.9亿人, 其中1.7亿人外出打工, 是劳动 力市场的主力军。农民工就业总量大、稳 定性差、保障弱。尤其是在今年疫情冲击 下, 劳动力市场阶段性停摆, 复工返岗大 范围延后,农民工就业压力明显上升,就 业形势比较严峻,复工复产后,相关压力 仍待进一步化解。今年《政府工作报告》 提出,"资助以训稳岗,今明两年职业技 能培训3500万人次以上"。国家下这么大 力气加强职业培训,首先是为了促进就 业。所以,如何搞好培训,怎样把农民工

职业培训只有增强农民工的职业技能,提高他们的就业能力,才能让农民工有 "获得感"。职业培训要达到目的,就得摸准农民工的需求,提高针对性。只要培训内 容更有针对性,培训政策做细做实,我们就能在庞大的农民工队伍中实现"人是社会 需要的,事是自己擅长的"良性互动

培训工作做好,是个大问题。

职业培训只有增强农民工的职业技 能,提高他们的就业能力,才能让农民工 有"获得感"。农民工本身是一个庞大群 体,他们的就业途径各式各样,职业需求 千差万别。职业培训要达到目的,让农民 渗透";内容上不能"大锅烩菜",要"见 工有获得感,就得摸准农民工的需求,提 高针对性。今年全国两会上,有代表就提 出,一些培训机构内容针对性不强,存在 内容雷同等问题。也有部分农民工表示,

目前培训质量高低不一, 培训内容与实际 结合不紧密。有的机构直接采用灌输式培 训, 受训者难以消化吸收知识点, 不能真 正掌握技能。看来, 对农民工的职业培 训,方法上不能"大水漫灌",要"精准 人下菜碟"

培训做到"精准渗透",首先就得了 解农民工的不同需求。在培训"备课" 前,有关部门需要先迈开双腿,到农民工 中间去,尽可能充分了解他们的需求,尽 量详尽地掌握农民工的技能欠缺和学习意 愿。有了这样的调查,再来准备"课 件", 再来列"菜单", 可能就会提高针

俗话说,众口难调。与学校"上大 课"式的"大水漫灌"相比,精准渗透式 培训在方式方法上需要更多创新。时至今 日, 我们已经在许多领域有了大数据运 用,也掌握了许多农民工职业技能需求的 数据。而且,在新冠肺炎疫情期间,我们 积累了"点对点"不见面培训、"互联网+ 职业技能培训计划"等经验。这些经验和 做法都可以创造性地运用到农民工培训上 来,实现对农民工的个性化职业技能培 训。只要培训内容更有针对性, 培训政策 做细做实, 我们就能在庞大的农民工队伍 中实现"人是社会需要的,事是自己擅长 的"良性互动。

据报道, 近日某地市场监督管理局发 布通告称, 当地米粉店等级评定规范等将 于2020年7月1日起实施。根据评定规 范, 当地米粉店划分为三星级、四星级、 五星级3个等级,各星级店由评定机构按 照严格的评定标准评出。消息一出,引发

米粉是不少地方传统饮食文化中的一个 符号。不过,很多地方米粉店的服务水平参 差不齐, 产品与服务没有统一标准, 甚至还 有人总结出环境越"脏乱差"就越好吃的所 谓"经验"。从这个意义上说,要壮大米粉 经济, 推进这一产业转型升级, 管理部门确 实应该有所作为。但笔者认为, 给米粉店评 星定级,有些不妥。

新一轮商事改革的一个关键点就是简 政放权, 政府不该管的、能放的事项一律 放开或下放基层。比如, 为了减少寻租等 乱象, 国家市场监管总局于去年取消了著 名商标等评选活动。在这一改革形势下, 地方市场监管部门制定米粉店地方评定标 准和办法,启动米粉店星级评定,即便是 委托给第三方评定机构, 也仍有变相创设 新的行政审批事项之嫌, 不符合行政审批 设立的一般规定, 也与简政放权改革方向

受疫情影响, 当前国家大力提倡鼓励 发展"小店经济"。从一些地方给米粉店 评星定级来看,大型连锁米粉店对参与评 定比较积极,对此持正面评价的较多,但 小型、微型米粉店反而不甚积极。之所以 如此,一个重要原因在于,按照相关评星 定级标准,这些小店需要花费不少资金扩 大租赁面积、装修店面等才能获得更高的 评级,对于小微餐饮业来说,显然不愿接受。

概而言之, 地方为发展壮大米粉经济, 采取相关扶持措 施加以推进,工作劲头值得肯定。但前提是要与行政审批改 革大方向保持一致,同时也要充分考虑政策可能引发的副作 用,拿出有效的应对举措。如果发偏了力,就难以称得上

### 网红拍照点变"消费陷阱"

近日,多地网红拍照点"天空之镜"翻车。有网友实地探访 后发现, 实景和宣传照反差巨大, 人间仙境变成去了就后悔的 "人间陷阱"。有业内人士表示,能否拍出宣传图的效果,要看拍 摄和修图技术。

@田忠华: 这难免有人造风景之嫌, 失去原有的自然风 貌。之所以这么做,是为了吸引游客,增加客流量,但这是一种 失信行为。要知道,游客只会上当一次,景点长期生存靠的是实 景和口碑。

@李凤文:游客奔着仙境而来,结果人间仙境变成"人间 陷阱"。这面"天空之镜"照出了景区营销的丑陋。坑害消费 者, 其实也是景区给自己挖坑。

@朱金良:实景与宣传照有一点差异,是可以理解的,但 差距太大就有弄虚作假之嫌。莫只靠广告,重在实效,这是防止 "人间仙境"成"人间陷阱"的不二法门。

### 年轻人成为新职业主力军

微信日前发布报告显示:2020年,直播销售员、在线学习服务 师、社群健康助理员等新职业发展火热,16岁至29岁的年轻人已 成为创业主力军。

@今天旅行:在新冠肺炎疫情冲击下,直播经济发展迅速, 但毕竟不是每个人都适合做直播,年轻人还是要根据自己的实际 情况选择创业之路。创业不是一帆风顺的,成功不是随随便便的, 一切成功都要靠努力奋斗。

@山东高密单立文: 路是人走出来的, 但机会的"敲门 声"很轻,稍不注意就可能错过。一些新职业酝酿了生机,青年 人应积极参与创业,即使失败了,还可以从头再来。

### 女硕士应聘保姆引热议

进步, 也是家政行业提质的需要。

近日,因为一份应聘保姆的求职简历,浙江杭州32岁的 双语女硕士刘双成了"网红"。简历显示,她擅长法语、英 语,不仅有大型企业外派非洲的工作经历,还从事过早教工 作。有网友认为,这样的高素质人才从事家政行业是"大材

@马果叶: 高素质人才从事家政行业没有什么不好, 无论 什么行业都需要高素质人才, 只有喜欢这份工作才会投入更多, 才能做得更好。

@鑫峰:家政从业人员向年轻化、高学历方向发展是趋 势,也是社会需要。目前,我国高端人才仍较缺乏,人才的结构 性矛盾尤为突出。总体来说,硕士生要努力寻找到适合自己、又

可发挥专业作用、又符合社会急需的岗位。 @馨诺嫣然:一种职业适合自己就行,不应有限制。职业 无高低,干好才是真能力。高学历人才从事家政行业,是社会的

(闫伟奇 徐晓燕整理)

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 祝 伟