

破解天价彩礼须激活善治乡村

三农瞭望

全面推进乡村振兴,不能只看农民口袋里的票子有多少,更要看农民的精神风貌怎么样,要看乡风好不好,治理是否有效。解决农民群众的烦心事,还得主要依靠农民自己,乡村治理要达到春风化雨的效果,就要挖掘熟人社会向上向善的道德力量,增强乡村发展的软实力。

有礼金,情感互动变成送钱为主。从升学宴、生日宴,到“安慰酒”“保胎酒”,你方唱罢我登场。不仅花样多,标准也高了,一两百元已拿不出手。这些礼金大多耗用在酒宴和堂会上,每个家庭最终都是人情往来的输家。刚刚公布的2021年中央一号文件强调,要加强新时代农村精神文明建设。其实,全面推进乡村振兴,不能只看农民口袋里的票子有多少,更要看农民的精神风貌怎么样,要看乡风好不好,治理是否有效。毋庸讳言,在乡风文明建设方面,以往制度规则的供给不足,一些做法存在效率较低、失灵频繁等问题。尽管乡村社会各方面都取得巨大进步,但天价彩礼“娶不起”、豪华丧葬“死不起”、名目繁多的

人情礼金“还不起”等问题还大量存在。正常的礼尚往来无可非议,毕竟人人会遇到红白喜事,家家都有人情往来,但是,借“人情”之名大操大办、盲目攀比、铺张浪费却要不得。乡村要有人情味,但不能背上人情债。面对农村陈规陋习,必须旗帜鲜明地反对、大刀阔斧地改革。约束攀比炫富、铺张浪费行为,不是发几个文件或开几个会就能解决的。文明乡风需要完善的制度保障,也需要符合农村特点的方式方法,必须出实招来破解难题。与城市不同,乡村社会是熟人社会,人们大多“生于斯、长于斯”。虽然现在村庄的社会结构、人口构成、村庄形态发生了很大变化,但基本特征没有根本改变。解决农民群众的烦心事,还得主要依靠农民自己。

乡村治理要达到春风化雨的效果,就要挖掘熟人社会里向上向善的道德力量,增强乡村发展的软实力。一些地方,农民在协商基础上制定村规民约,有些地方建立了红白理事会、道德评议会,弘扬红白事中的互助、友爱等习俗,同时明确可以接受的礼金标准,降低了乡村社会治理的成本。

广阔田野,璀璨文脉。农村问题之所以复杂,就因为它是多维度的,乡村产业、乡风、生活、生态交织成一个有机整体,糅合着传统农村的情与理,夹杂着现代社会的法和规。当前,我国乡村正处于从传统社会向现代社会转型中,城乡关系深刻调整,乡村社会加快分化,治理对象也持续变化,乡村振兴少不了治理体系的现代化,必然要走善治之路。一方面,要大力发展乡村产业,促进农民增收,缩小城乡差距,吸收都市文明的精华;另一方面,也要塑造新时代乡村精神和乡村风尚,以价值观念的力量,为农民赋能、为乡村定规。

齐金亮

“春节消费市场面面观”系列评论

开栏的话 在倡导“就地过年”的背景下,今年春节“年经济”热度不减、年味十足。为进一步解读评析春节消费市场的优异表现,启示各地做好相关工作、挖掘经济增长潜力,经济日报特推出“春节消费市场面面观”系列评论。

餐饮线上服务看量更看质

杨玉龙

往年春节,餐饮业最火爆的地方当属各家饭店的大堂,但在“就地过年”的号召下,今年春节期间很多饭店将工作重点从线下搬到了线上,想出各种招数应对新形势新机遇,在菜品创新和就餐形式等方面花足心思。除了越来越多的高级宾馆酒店加入线上“年夜饭围炉”,一些老字号也不断拓展线上业务。在各大网络订餐平台,各类快手菜、半成品菜销售非常火爆。

借力线上平台,从单一的堂食转变为堂食、零售“两条腿”走路,这一新思路有望催生餐饮行业新的增长点。不过,要让网络餐饮服务实现良好发展,更好地满足消费者多元化需要,必须在“量质齐升”上下工夫。毕竟,唯有行业发展更规范,消费者合法权益才更有保障,也才能更好助力市场健康发展。

相关部门需积极作为。比如,为保障今年春节期间消费者线上餐饮消费需求,商务部会同相关部门出台了餐饮服务企业新冠肺炎疫情常态化防控技术指南,指导餐饮外卖电商平台积极与餐饮服务企业对接,开设年夜饭外带单专区等。这些举措不仅优化了餐饮线上服务质量,也在很大程度上提升了消费者的消费体验。下一步,各地有关部门应加强相关工作,助力餐饮业发掘新机遇。

行业需强化自律。以上海为例,据报道,“留沪过年”带动消费诉求升温,而涉及食品和餐饮类投诉集中。比如,投诉案件中,市民主要反映食品配送不及时、疑含异物、价签不符、网上订餐失约、年夜饭预订落空、提货券不能使用等。事实上,解决这些问题,关键是餐饮企业应提高自我要求,增强守法与诚信意识,努力克服行业弊端,这样才能推进行业高质量发展。

食品安全事关百姓健康和经济发展,必须有强而有力的市场监管作保障。有关部门应严格按照《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等相关法规,加强行业监管,确保老百姓舌尖上的安全。

畅享云端

工信部发布数据显示,2021年春节假期(2月11日至17日),移动互联网流量达到357.3万TB,与2020年春节7天相比增长23.4%。根据相关数据,春节拜年、娱乐方式及消费模式继续向线上转移,“云端过节”、网购年货等成为新潮流,拉动移动互联网流量快速增长。“云端过节”等消费业态的改变,彰显了我国数字经济的发展进步,对释放消费潜力、培育新的消费增长点大有裨益。(时锋)

图/商海春作(新华社发)

莫让不合理收费重来

郝冬梅

近日,国务院办公厅转发国家发展改革委等部门《关于清理规范城镇供水供电供气供暖行业收费促进民生高质量发展的意见》,《意见》自2021年3月1日起施行。

水电气暖事关每一个家庭的生活,但有些不合理收费却困扰着民众。清理其中的不合规收费项目,无疑是民生大事。据悉,此次清理范围很大,仅在供水环节收费方面,就指出要取消向用户收取“接水费”“增容费”“报装费”,还有“开关阀费”“竣工核收费”“竣工导线测量费”“管线探测费”“水钻工程费”等。

对于有些收费,老百姓也感觉“不合理”,可是有些“不合理的收费”却是经过了地方有关部门的审批,从法律角度看是“合法的收费”。这些收费中,有的是部分地区在安装、维护等环节服务收费的项目多、标

准偏高;有的是行为不规范,有企业利用掌握并验收的权力,指定施工单位、计量表具型号、材料供应商等;有的是服务意识不强、效率不高,让用户在申请报装、维修、过户、缴费、开具发票等业务中,多次跑、多头跑且周期长,用户咨询、投诉等问题不能得到及时回复。这说明,要么是有些地方相关部门在审批这些收费项目时不够严肃,要么是没有认真贯彻落实“放管服”要求或没有及时予以完善。取消“旧的不合理收费”,还要防止“新的合理收费”卷土重来,特别是要防止相关行业换一种看似合理的方式进行申报收费。对此,各地监管部门应及时跟进,加强监管,切实让《意见》精神落地见效,推进行业高质量发展,提升群众的获得感、幸福感、安全感。

乡村旅游要留住乡村味

王春萌

在新冠肺炎疫情防控常态化背景下,以短途游、自驾游、家庭游为主要出行方式的乡村旅游逐渐回暖,受到人们青睐,成为不少游客出游的首选方式。

近年来,随着乡村振兴战略的深入实施,各地乡村旅游如雨后春笋般不断涌现,为农民增收、城乡资源交换、农村经济结构转型提供了新动力。但部分地区的乡村旅游建设仍存在不少问题,如把蜿蜒曲折的溪流改造成宽窄一致的人工河,把形态各异的森林修剪成规规矩矩的景观林,把层层叠叠的梯田打造成横平竖直的人造地……人工雕琢痕迹浓厚,失去了自然味。有些一窝蜂“复制粘贴”,农家小院、稻田艺术、油菜花海、大棚采摘成为“标配”,千篇一律,让游客乘兴而来、败兴而归。

其实,乡村旅游的落脚点是乡村,乡村性

和本土性才是吸引游客的“制胜法宝”,应本着立足乡情、因地制宜、因材施教的原则,打好“当地牌”,调出“本土味”,准确把握当地特色元素,充分挖掘以居住地、服饰、饮食、礼仪、游艺等为主的民俗文化,基于此推陈出新,增加伴生产品和衍生产品,打造地域特色浓郁的旅游品牌,确保乡村旅游“形神兼备”。想要做好乡村旅游,可以把村民日常用品制作成特色观赏品,合理设置安放点位,让“旧貌换新颜”;可以全方位推介本地菜品,加工土味美食,让游客吃出特色;可以盘活闲置院落,打造不同类型的主题小院,吸引游客争相打卡;可以适时发放旅游景区券,通过自媒体开展互动传播,借助乡村网红力量,做到线上引流、线下体验;可以挖掘讲述村庄的民俗故事,让人们在游玩中感悟传统,在乡音中品味乡愁,在休闲中享受快乐。

如此奖励员工不可取

李苑

春节刚过,一则骑手响应“就地过年”号召却被平台“套路”的消息就传播开来。某外卖平台为了让骑手过年留下继续工作,设置了一个奖励活动,在规定时间内完成7期单量,就能拿到8200元奖金。不过,骑手在跑完前5期后,第6期的单量却大幅提高,很多骑手表示很难完成,认为平台的目的是少发或不发奖励。

涉事平台一开始回应称活动单量原本就是浮动而非固定,更是引发骑手的广泛质疑。受到媒体持续关注后,该平台道了歉,表示会优化最后一期活动的单量设计,让更多骑手能得到一定的奖励。

虽然这个奖励活动是“自愿参与”,该平台最终也向骑手们道了歉,但是平台这种“既要马儿跑又不想给马儿吃草”的心思,是单方面利用规则制定过程的不透明性和主动权来“套路”骑手少拿钱多干活,难免有蒙骗嫌疑,对骑手显失公平。现实中,不少员工面对企业伤害自身权

益,因为担心会被辞退、维权过程漫长等原因,往往选择忍气吞声。特别是在平台经济众包用工模式下,员工的权益保障更有必要及时跟上。有关部门应健全相关权益保障机制和监督机制,切实督促企业保障员工合法权益保障工作落到实处。同时,员工也要增强自我权益保护意识,在合法权益受到损害时,依据相关法律法规积极维权。从另一个角度看,企业必须诚实守信和有责任担当。规则透明有助于企业建立良好的信誉,实现稳定的预期收益和保护员工的积极性;企业随意更改规则,会导致最终结果出现偏差,难以形成企业发展的凝聚力。此次事件中,平台在奖励活动推出之初,如果能制定好规则并提前公布,既有利于保障骑手权益,也能有效避免矛盾的产生,最终形成企业和员工双赢。因此,包括各类平台在内的广大企业,应进一步敬畏法律、尊重规则,切实保护好员工积极性,增强企业凝聚力。



上市公司应上好“更名课”

周琳

上市公司无端、频繁改名,只会损害公司自身商誉,降低投资者信任感,增加投机资本炒作的空间。要严防少数心怀不轨的上市公司借更名蹭热点进行概念炒作,监管部门除了应严格落实相关业务指引,还要继续加强改名的事中、事后监管措施。

最近,港股某家基础化工类上市公司发布公告,准备改为某白酒相关名称。这事不免让投资者联想起A股市场曾经的某烟花改名某金控、某鄂情更名为某某云网、某丽来更名某州高铁、某木业改名为某神娱乐等案例。

名字一改,股价涨起来。用一个高富帅的“马甲”来提振股价已成为部分上市公司成本较低且屡试不爽的套路。尽管A股市场多年前就发布证券更名的相关管理规则,近期也基本未现“奇葩”更名个案,但在全球注册制落地在即的关键窗口,A股上市公司仍需上好这堂意义非凡的“更名课”,严防少数心怀不轨的上市公司借更名蹭热点进行概念炒作。

我国资本市场诞生以来,上市公司出于资产重组、经营范围变化、突出品牌特征等原因而改名并不鲜见。变更公司名称、证券简称虽然是上市公司的自主权,但少数别有用心的人从投机炒作、不当市值管理等出发任性改名,主要目的并非出于并购重组和实际业务变更需求,而在于注入拉升股价的题材和戏码,再辅之以“更名技术”和资本炒作,最终还是为了“收割”投资者的血汗钱。这样的奇葩改名,不仅加剧了市场短期炒作风险,而且无益于提高上市公司质量,对其应严管和重罚。“更名课”给A股市场的一个启示是,要严控部分上市公司或拟上市公司借更名之机规避监管。

在注册制下,企业的信息披露要求更高,中介机构的责任更大,企业出于正常的业务变更改名可以理解,也有章可循,但若频繁更名规避现有的行业规章制度乃至法律准绳,则必须给投资者一个交代。比如,明明是金融企业,为何要改名某某科技集团?明明是餐饮企业,为什么要改名“互联网”,这些更名背后有没有涉嫌欺诈或隐瞒关键信息?作为公众公司的上市公司或者拟上市企业有必要给投资者一个有信服力的答复,这也是敬畏市场、敬畏法治的题中之义。

“更名课”给A股投资者和监管部门的启示显而易见。监管部门除了应严格落实已经发布的上市公司变更证券简称相关业务指引之外,还要继续加强改名的事中、事后监管措施,不给那些借改名炒作的公司以可乘之机。一方面,要强化事中监管,针对变更不符合规则要求的公司,

证券交易所可以视情况采取要求公司改正、召开投资者说明会、核查股票交易等措施;另一方面,加大事后追责和处罚力度,针对那些违规改名、炒作意味浓厚的公司,交易所应视情况及时予以纪律处分或采取监管措施。

名称是企业的符号之一,但其代表不了上市公司的真实业绩和管理实力,好名字的差公司并不难找,名称平平的好公司也不少见。从长远看,上市公司无端、频繁改名,只会损害公司自身商誉,降低投资者信任感,增加投机资本炒作的空间。任何改名行为都应当源自公司经营发展实际需求,符合法律、法规的相关规定,反映公司主营业务、商标或品牌等与公司经营特点有关的要素。真正谋求长远发展的上市公司应跳出商业符号的误区,将主要精力聚焦于做优做强主业,力争有朝一日因自身的优异业绩而声名远播。