

“正能量”不被对冲,“蜘蛛侠”才会涌现

评论员观察

本报评论员 沙元森

“蜘蛛侠”的事迹证明,一个人无论多么平凡,只要心中常存善的种子,美好的言行就随时可能萌芽绽放。有关部门之所以进行这么隆重的表彰,正是为了呵护这个可以让“草根英雄”不断涌现的环境。唯有努力让好人得到好报,才会有更多的人争做好人。

进行高空作业的4名工人,看到火情之后主动奔赴现场参与救援,“蜘蛛侠”们的事迹被媒体报道后,各种荣誉和奖励纷至沓来,济南高新区管委会给予每人一万元的奖励,济南市文明办授予他们“道德模范”的荣誉称号。英雄救人并非是为了名利,但让这些见义勇为的人名利兼得,确实有助于培育和营造全社会向善行善的氛围,进而推动更多平凡的人在关键时刻挺身而出,成为“草根英雄”。

4名工人放下自己赖以养家糊口的工作,主动赶到火灾现场请求参与救援,只是因为善良与朴实的本性不允许自

己坐视不管,人有危难,我伸援手,不这样做就会心中有愧。所以,当他们成功完成救援任务后,表情平静得就像刚刚完成了平常的高空作业。面对媒体的采访,他们还觉得不好意思,面对政府和公益机构的奖励,也是一再推辞。他们不善于表达,只是说“做了一些自己应该做的事儿”。其实,这就是真正的“见义勇为”,做自己能做也应该做的事,而不是被道德裹挟做自己力不能及的善举,更不是被道德驱使做无谓的牺牲。

“蜘蛛侠”的事迹证明,一个人无论多么平凡,只要心中常存善的种子,美好的言行就

随时可能萌芽绽放。有关部门之所以进行这么隆重的表彰,正是为了呵护这个可以让“草根英雄”不断涌现的环境。正如济南市委宣传部领导所言,这个城市每年都会涌现出很多温暖人心的“正能量”,“蜘蛛侠”只是这个群体的一个典型。在接受采访时,“蜘蛛侠”们还提到曾经被消防官兵的英勇事迹感动过,这也印证了善与美正在这个城市进行着良性循环。

从媒体的报道可以看出,4名救人工人的日子过得也很辛苦,给予他们一定奖励,既是肯定他们的善行,也是帮助他们尽快渡过自己的难关。唯

有努力让好人得到好报,才会有更多的人争做好人。否则,人心虽善,惮于环境险恶,也可能会出现见义而不为的现象。在“蜘蛛侠”温暖人心的同时,本报昨日也报道了一起让人寒心的事件,济宁一名市民在冰河中救起落水儿童,事后打车却因为浑身湿透被拒载。这样的事件固然很罕见,但每出现一次都是对人心向善的打击,这样的事件如果得不到重视,很多人对友善的信仰就可能产生动摇。所以,我们给好人好报的同时也要让一些恶人付出应有的代价。如此,“正能量”才不会被“负能量”对冲,“草根英雄”才会层出不穷。

一家之言

支付宝“脱”不掉底色

刘远举

一夜之间,支付宝就被置于舆论的风口浪尖。本来,支付宝作为一个深入普通老百姓日常生活的东西,成为大众话题也并不奇怪,只不过这一次,与社区有关。近日,支付宝开始测试新的社区产品,推出了“圈子”功能。

按照支付宝的官方解释,“圈子”是一个开放平台,支付宝希望向合作伙伴开放更多的基础能力,与更多社群运营者共同建设基于实名的同好互动共享社区,方便他们交流、互动。目前的“圈子”还在灰度测试期间,据说,迅速吸引了众多合作伙伴参与并获得广泛关注,比如简七理财,脉脉互联网精英圈、吴晓波读书圈、悦跑圈等。

坐拥4.5亿以上实名用户的支付宝,总想把自己的海量用户盘活,这本来无可厚非。不过,这次“圈子”还是圈出了不少的注意力,主要是一些白领圈中,瞬间出现了不少女性用户的大尺度照片,一时间,议论纷纷。一些人认为,支付宝打起了女性话题的主意,用大尺度照片圈用户注意力,从而提升用户黏度。

其实,从支付宝里目前已经在运营的圈子看,“大尺度”圈子只不过是一点花边点缀。根据支付宝透露出来的消息,目前已有数百各类圈子,一些机构运行的理财圈关注用户迅速破万。可见,支付宝的底色还是没有变:基于金融理财和消费圈起来的用户,生活、消费、理财依旧是其最大的社群特质。

当然,支付宝的“圈子”根据大数据,对用户画像后,有一定的匹配筛选功能。这也是刺激部分用户的原因。作为一个依托消费发展起来的支付工具,支付宝把精准匹配、用户画像做到了极致。消费是最能描绘一个人的。所以,支付宝打破目前普遍以社交软件群为基础的社群模式,希望发挥其独特的消费数据价值,进行社群运营,直接赋能商户和机构,这才是支付宝推出“圈子”的真实目的,支付宝没想脱,但在见到胳膊就想到大腿的网络语境里,许多人思想上先脱了。

事情到这里,就比较清楚了。支付宝还是那个洗不掉金融、消费味的支付宝,偶尔被“脱”了几件衣服,惊动了舆论,受惊不小的支付宝已经把大尺度清理干净。支付宝还是那个胆小怕事的支付宝,但其孜孜以求打造基于消费、信用大数据的垂直化社群模式的雄心却再一次暴露。

有了平等意识,才能保护好产权

大家谈

周俊生

《中共中央 国务院关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》日前正式对外公布。作为我国首次以中央名义出台的产权保护方面的顶层设计,这份意见从理论高度解决了我国在很长时间争议不断,也在现实中产生了很多矛盾的多方面问题,明确了产权保护的任务和要求,是我国推进依法治国的一大成果,因此受到了舆论的高度重视。

产权保护,在我国是随着市场经济体制建设而逐渐明晰化的一个概念。在计划经济时代,政府可以用国家的名义支配各种非公有的财产,无论是国家还是民众,都没有明确的产权概念,更谈不上产权保护。直至今日,在某些政府官员的头脑里,仍然缺乏产权保护的明确意识,当政府利益与个人或集体利益产生矛盾的时候,常常会动用国家的名义侵犯合法产权,以致社会上经

常出现各种矛盾。因此,中央提出产权保护这个概念,并且明确平等保护是产权保护的重点内容,提出公有制经济财产权不可侵犯,非公有制经济财产权同样不可侵犯,这一切中了目前在产权保护上的薄弱环节,是富有远见的。

产权保护之所以要把平等保护作为重点来推进,关键在于目前对非公有产权的保护还比较软弱。事实上,中央此次以发布文件的形式提出产权保护虽然还是首次,但在过往几十年中,高层对这个问题已经有过多次表述,但每当地方政府的利益与非公有的个人和集体利益发生冲突的时候,产权保护常常会被悬空处理。比如,在一些城市的建设中,当被拆迁户提出要求时,地方政府很难与对方站在平等的立场上协商,而是常常会以权势压人,动用各种力量要求被拆迁户服从,被拆迁户即使诉诸法院,在司法未有充分独立的环境之下,其合法诉求也很难得到支持。

再比如,随着国资国企改革的不深化,国有企业在与

民营等非公有制企业发生股权交易时,无论是交易自愿度还是定价,都很难做到平等推行。前几年更多的情况是将国有资产低价贱卖,造成国有资产大量流失,一些手握公权力的人趁机寻租腐败。最近几年,在强调保护国有资产的口号之下,更多地出现了地方政府习惯性站在国企一边侵犯民营企业合法利益,无视市场交易的公平原则,压制民营企业或者在不自愿的情况下让渡企业产权,或者在交易中接受明显低于市场价的价格。

这种对不同所有人产权的不同态度,已经对社会经济的和谐发展构成了不可小视的负面作用。城市拆迁中一些居民在个人合法利益得不到充分保护的情况下,常常会以激烈行动与政府对抗,甚至出现恶性事件。在公有制企业与非公有企业的交易中,无论是贱卖国企还是贱卖民企,都使这两种资本的市场化遭遇扭曲,特别是在民企受到不公平待遇后,其市场大幅萎缩,已经对经济转型形成了一定的阻力。如果这种对产权保护的

不平等状况长期得不到扭转,就会使整个社会处于不稳定状态,无论是个人还是民营企业,都会对财产不安全感心生忧虑。最近几年,很多富裕阶层的人和民营企业企业家将财产、企业转移到国外,虽然这种情况的出现有很多复杂因素,但对产权不安全的疑虑无疑是一个重要原因。

要让产权保护落到实处,关键就在于地方政府要确立平等保护的理念。地方政府直接面对民众和民营企业,如果他们缺乏平等保护所有制财产的理念,就很容易在行动上出现偏差,以各种冠冕堂皇的理由肆意侵犯非公有财产。此次中央出台的意见在产权保护上向法治化的方向推进了一大步,地方政府要坚决摒弃那种以“公共利益”为名强征强拆的行为,坚决摒弃以“保护国有资产”为名置民营企业于不公平地位的行为,让每一个老百姓都能安居乐业,让每一个老百姓都能安居乐业,成为推动中国经济稳定增长的重要力量。(作者为财经专栏作家)

别让“三十日退货权”沦为纸上权利

公民论坛

史洪举

国务院法制办日前公布《旅行社条例(修订草案送审稿)》征求社会各界意见。送审稿明确,旅行社或工作人员在旅游过程中强迫、诱导游客购物,游客有权在旅游行程结束后三十日内,就其所购物品和参加另行付费旅游项目费用,要求旅行社为其办理退货并先行垫付退货货款、退还另行付费旅游项目的费用。

当前在保护消费者权益方面,七日无理由退货和电商平台的先行赔付制度主要适用于网络购物领域。发生纠纷时,网络平台不能提供

商家真实信息的,应当对消费者承担先行赔付责任。在旅游消费纠纷领域,如果能够给三十日退货权和旅行社先行垫付责任落地并严格执行,无疑具有突破意义。

要知道,旅行社及导游之于游客的地位和作用非常特殊,受旅游环境、行程、时间和路线等客观因素限制,游客往往对全陪或地陪导游言听计从。购买土特产或工艺品时,导游往往会将游客带往指定商店,多数导游此时已成为商家的推销员,或明或暗地向游客宣传商品物超所值,极力说服游客购买。而且,将游客带往哪个商店往往是以回扣多少为参照的,导游、商家、旅行社已成为游客消费的共同受益者,甚至导游与旅行社的收益可超

过商家。在此背景下,导游多数会成为强迫购物、诱导购物的帮凶乃至始作俑者。

特别是在长途旅游中,身处陌生环境,游客解决纠纷的时间、金钱和人力成本较大,加之担心遭遇打击报复,很多人只得忍气吞声。旅行社则与商家有更多业务往来,并非一锤子买卖关系,其处理纠纷的效率较高。要求游客非得向商家索赔,游客就不得不多次长途跋涉,而要求旅行社先行承担责任,等于游客在家门口就可主张权利,减少了奔波之苦。要求旅行社就强迫购物、诱导购物办理退货手续并垫付货款,这也体现出风险与收益相适应原则。

该模式更能以提升违法成本倒逼旅行社和商家不欺不诈,诚信经营。当旅行社和

导游连哄带吓地“推销”商品换来的不是回扣而是先行退货款时,相信更多旅行社和导游会慎重权衡,不再将强迫购物、宰割游客作为“谋生手段”。

在实施过程中,该规定可能会面临取证难和判定难等问题。为此,可进一步作出有利于游客的判定标准,比如,除明显的强迫情形外,只要能查实导游有“推介”行为,或者获得了回扣,或者商品系假冒伪劣或价格超过市场价50%,就应支持游客的退货请求。只有这样,才能让游客的先行退货权从纸面权利落到实处,让旅行社、导游和商家多一份忌惮。

投稿信箱:
qilipinglun@sina.com