



评论员观察

目前,狗已从传统家畜“特化”为伴侣动物。善待自己的伴侣动物,不仅契合人类心性的内在逻辑,更是现代人类文明的必然要求和重要体现。

乐见狗未列入“畜禽目录”

□本报评论员 王学钧

4月8日,农业农村部在其官网公布了《国家畜禽遗传资源目录(征求意见稿)》(以下简称《目录》)。猪、鸽等18种传统畜禽与梅花鹿、貉等13种特种畜禽被列入《目录》,其中不包括此前关注度较高的狗。

《目录》的推出及时回应了公众的关切。新冠肺炎疫情发生后,全国人民代表大会常务委员会紧急出台了《关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障

人民群众生命健康安全的决定》,明确禁止食用国家保护的“有重要生态、科学、社会价值的陆生野生动物”以及其它陆生野生动物,包括人工繁育、人工饲养的陆生野生动物。只有列入国家畜禽遗传资源目录的陆生动物,才可以按照相关法律规定,用于食用等商业利用。但是,由于事出紧急,国家畜禽遗传资源目录没来得及同步推出。一时间,哪些陆生动物属于畜禽,而不属于陆生野生动物,以后哪些陆生动物可以吃,哪些陆生动物不能再吃,不仅是

急需解答的一大法律课题,也成为坊间热议的一大舆论话题。而今,《目录》来了,虽说还在征求意见,具体内容还可能有所调整,但是,看过《目录》呈现的“白名单”,绝大多数人心中的疑问应该已经有了一个比较清晰的答案。

对不少人而言,《目录》的公布堪称一份惊喜。长期以来,我国对狗的“界定”一直比较模糊——对狗是否属于畜禽、是否可以食用,没有一个明确的说法。也正是在这一背景下,不仅狗肉上餐桌早已成为某种既

成事实,而且,“爱狗者”与“食狗者”之间一直争吵不断纠葛多多,俨然成为一个不容忽视的社会问题。这一次,《目录》明确将狗排除在畜禽之外,很大程度上就意味着,狗不再像猪、羊等家畜一样可以食用。

其实,这样做既是顺势而为,又是理所应当。在全球范围内,除了亚非等少数国家或地区,世界绝大多数地方都没有吃狗肉的习惯。参照国际通行做法和国际惯例,不把狗作为畜禽来管理,明确禁止食用狗肉以及从事相关经营活动,已是“与国际接轨”的一种

需要。正如农业农村部在说明中回应的那样,随着人类文明进步和公众对动物保护的关注及偏爱,狗已从传统家畜“特化”为伴侣动物。善待自己的伴侣动物,不仅契合人类心性的内在逻辑,更是现代人类文明的必然要求和重要体现。

在这个意义上,仅仅将狗排除在《目录》之外似乎还是不够的,还要通过对相关内容的“强化”,更坚定而明确地禁止吃狗。为了尽量减少狗肉产业从业者的“沉没成本”,可酌情给予他们一定的缓期与补偿。

公民论坛

“消费券从工资中扣”是典型的乱作为

□史洪举

近日,一张“怀化市要求从教师工资中扣取促进消费款”的微信截图在网上流传。截图显示,怀财办文件要求,干部职工要从工资中扣取促进消费款,并在5月5日前在怀化消费完毕。扣除标准为,绩效工资是2600元的扣2000元,是2350元的扣1500元,是2140元的扣1000元,其他扣500元。当地财政局工作人员称,“不光教师要扣,我们也要扣。”但因该文件下发后引发争议,所以“又发了一个文件,厅级干部直

接扣,处级和科级干部自愿扣,不做强制要求了”。

目前,全国有40多个地区推出了数百万元到上亿元不等的消费券政策,以激发居民消费热情,助力相关行业加速恢复经营。不过,这个备受公众赞誉的政策,却在怀化市“跑偏”了。该市靠扣公职人员工资的方法来促进消费,不仅侵犯了相关人员的合法权益,还给该市刚刚“升温”的消费热情泼了一盆冷水,是典型的乱作为和乱摊派的行为。

怀化市的做法应引起反思。一般来说,消费券具有福利性

质,多数由政府部门免费发放,居民消费时可以抵扣部分价款。这样一来,相当于居民可以用更优惠的价格购买商品,商家借此也获得了收入,聚拢了人气。而且,消费券一般均有使用期限、使用范围,减免比例等各种限制。工资的使用则完全没有限制,居民领取工资后既可以消费,又可以存儲。

由此可见,发放消费券与克扣工资是毫不相关的两个概念。因而,怀化市的“扣工资式促消费”实际上就是强行向公职人员和教师摊派消费券,即本来应免

费发放的消费券强行按照原价销售给公职人员。该做法实质上是“拆公职人员的东墙”,“补商家的西墙”式的“劫贫济贫”,不仅达不到刺激消费的目的,反而会引发公职人员的抵触。

要知道,公职人员并不是促进消费、恢复经济的工具。他们也是人,有着法律赋予的各种权利,其中有一项就是可以自由支配自己的收入。而怀化市财政局的作为,明显侵犯了公职人员的收入支配权。需要看到,绝大多数公职人员收入并不高,并需要养老抚小,养家糊口,随意摊派

可能让一些人雪上加霜。

个人工资是私人财产,只要收入来源正当,就受法律保护。其用途只能个人自己决定,无论是用人单位还是其他行政部门,都不可以自行克扣。政府部门作为建设法治社会的表率,必须做到依法行政。靠克扣公职人员工资来刺激消费,显然是“权力任性”的恶果,是无视公职人员正当权益的错误行为。叫停这样的乱作为并问责行为人,促进政府部门依法行政,是比刺激消费更重要的事情。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com

“益起来 绘精彩”体彩吉祥物征集活动正式启动

4月8日,在超30万网友的共同参与和见证下,由中国体育彩票和站酷网合作举办的“益起来 绘精彩”体彩吉祥物征集活动在线上启动,征集活动将持续至2020年5月28日。

为降低疫情期间聚集性感染风险,中国体育彩票将原定线下进行的体彩吉祥物征集启动发布会改为线上进行,这也是体彩首次以线上发布的方式举办品牌活动。中国体彩网、中国网、央广网、新浪体育频道、PP体育对本次启动会进行了全程转播。

体彩吉祥物征集启动线上发布会邀请了北京2022年冬奥会吉祥物总设计师曹雪,以及小么鸡、“苏大强”卡通形象的作者马里奥小黄在线分享对体彩吉祥物设计的理解。启动会进行中,观众通过发送弹幕、点赞等方式参与实时互动,并且有惊喜红包随时降临,大家对设计界大咖的助阵以及丰富的互动环节感到惊喜。广大网友在线上一同发送能量弹幕,凝聚力量为活动能量条蓄能,正式开启了本次体彩吉祥物的征集活动。

据介绍,“益起来 绘精彩”的活动主题出于“谐音”设计,“益起来”既有号召大家“一起来”的意思,又有体彩倡导“微公益”的理念在其中,“绘精彩”则表达了对优秀作品期待,也与绘制体彩吉祥物的要求相吻合。

体彩吉祥物设计作品的评判标准将依照品牌性、创意性、可塑性、亲和力四个原则进行。品牌性需要遵循公益、公信、健康、乐观、进取的体彩品牌形象;创意性要求作品独特、新颖、美观、大方,富有创造力且易于识别;可塑性要求吉祥物设计可延展成不同的表情、姿势和动作,让吉



物拥有“生命”;亲和力方面希望与公众拉近距离,得到不同受众群体的普遍认同。

中国体育彩票诚挚向全国征集体彩吉祥物设计方案,无论是专业设计机构、专业设计人员,还是广大购彩者和热心民众,都可以参与本次征集活动,为体彩吉祥物的诞生贡献智慧和力量。即日起,参加活动的访问中国体彩网或站酷网活动页面查询详细活动说明及上传作品。

体彩吉祥物征集活动于4月8日至5月28日进行,专家评审团最终将评选出41件入围作品,包括30件甄选作品、10件优秀作品和1件冠军作品。冠军作品将于2020年8月底产生,冠军作品将获得税前8万元的奖金,其他入围作品也会有相应丰厚的奖金奖励。

体彩吉祥物设计是中国体育彩票事业发展的里程碑事件,也是对“公益体彩、乐善人生”这一体彩品牌理念的全新诠释。在“加油中国 光芒

焕新”主题之下,体彩推出的吉祥物征集活动,将使体彩焕发新活力,与年轻群体建立更多联系,让“你未必光芒万丈,但始终温暖有光”的人人公益新理念得到更多人的认可。

“益起来 绘精彩”,中国体育彩票期待富有创造力的你,设计出有个性、吸引人,集公益性、艺术性、创新性于一身的体彩吉祥物形象。

(关言)