

台湾问题决不容任何外来干涉

——评美国会通过相关涉台议案

◇新华社记者

美国联邦众议院7日通过所谓“2019年台湾保证法”与“重新确认美国对台及对执行台湾关系法承诺”决议案,再次赤裸裸暴露美国利用台湾问题牵制、遏制中国的阴暗图谋。美方这一危险的政治操弄性质极其恶劣,将对台海和平稳定和中美关系造成严重危害。我们要正告美方,台湾问题是中国的内政,决不容任何外来干涉。

世界上只有一个中国,大陆和台湾同属一个中国。中华人民共和国是中国的唯一合法政府,中国的主权和领土完整不容分割。坚持一个中国原则是公认的国际关系准则和国际社会的普遍共识,也是发展中

美关系的政治基础。近一段时间以来,美方频打“台湾牌”,从对台军售、美台军事交流,到此次炮制恶法更涉及要求将台湾纳入双多边军演、推动对台军售常态化、支持台湾加入国际组织等,一再严重违反一个中国原则和中美三个联合公报,违背了基本的国际准则和国际义务。

台湾问题事关中国核心利益和中国人民民族感情,是毫无退让、妥协和交易的空间的。在当前两岸关系形势下,美方不断挑动台湾敏感神经,持续向“台独”势力发出错误信号,居心险恶,种种行径坐实了其以台湾为筹码围堵中国的政治盘算。美

方操弄台海局势,为求自身利益罔顾两岸中国人利益福祉,充分显露出其彻头彻尾的利己主义和霸权思维。

台湾问题是中国人自己的事,理应由中国人自己来决定,不由得外来势力插手干涉。在这个问题上,中国政府和中国人民决不会坐视不理。我们要严正地指出,破坏一个中国原则无异于动摇中美关系的根基,不符合中美两国根本利益。在台湾问题这个中美关系中最重要、最敏感的问题上,美方若不顾中美关系大局,执意在错误道路上走下去,中方必作出有力回应。美方应充分认识到后果。

探索自然不能逾越法律底线

◇苑广阔

之所以要通过法律规定的方式禁止私自进入、探险,一方面是为了保护这些地方脆弱的生态环境,另一方面也是为了保护旅游者自己的人身安全

今年3月,90后杭州小伙冯浩与女友林夕、徒步爱好者李志森组队进入西藏羌塘无人区徒步穿越,10天后,冯浩独自离队后失联。5月5日,失联50多天的冯浩在乌兰乌拉湖东侧平安找到。根据相关法律法规,穿越羌塘无人区的活动属于法律法规明令禁止的非法行为,所以3人受到了当地相关部门的行政处罚,面临5000元的罚款。7日,记者了解到,李志森等3人已承认错误、接受处罚,并向全社会公开致歉(5月8日《北京青年报》)。

当事人擅自违法穿越无人区失联遇险,当地有关部门为了营救他,耗费了大量的公共资源,结果当事人被找到以后,刚开始却拒绝为自己的违法行为买单,不管是冯浩还是其女友,都公然宣称自己没错,所以一分钱都不交。如此任性让人叹为观止,也把自己置于了国家法律规定和全国网友的对立面。好在经过家人的劝解,也迫于舆论的压力,涉嫌违法穿越的3人已经承认错误、接受处罚,并向全社会公开致歉。

客观而言,5000元的罚款虽然已经是根据相关法律规定作出的顶格处罚,但是这样的罚款额度实在不算高,甚至连营救费用都不够。这也在一定程度上说明相关法律法规还有待完善。同时,在全民旅游的社会大背景下,在旅游市场进一步细分,各种穿越、探险式旅游越来越多的情况下,如何增强旅游者自身的社会责任意识和恪守法律的底线意识,也值得全社会思考。

不管是自然保护区,还是“无人区”,之所以要通过法律规定的方式禁止私自进入探险,一方面是为了保护这些地方脆弱的生态环境,避免造成破坏乃至引发连锁反应,造成生态灾难;另一方面,也是为了保护旅游者自己的人身安全。然而,仍有个别旅游者既缺乏对大自然必要的敬畏,缺乏社会责任感,同时也没有把国家的法律规定当回事,而是由着自己的性子来。这也是为什么新闻中的当事人面对处罚觉得委屈,刚开始公开宣称拒绝缴纳罚款的原因。

对大自然的探索是值得鼓励的,可以说人类发展的历史就是一个对大自然不断探索的过程,但是随着人与自然的关系发生了深刻的改变,现在不但要探索、利用大自然,而且更要保护好大自然,所以国家才会出台各项法律规定、规章制度来规范和约束公民的面对大自然时的各种活动。如我国《自然保护区条例》就明确规定,未经批准不得进入自然保护区,对不服从的团体或个人,将予以罚款。此外,西藏当地也曾于2017年连发两次公告,禁止在羌塘国家级自然保护区组织非法穿越活动。

应该说类似事件不时发生也警示我们,由于自然保护区往往管辖范围十分广阔,要想完全杜绝非法穿越、探险活动,仅靠保护区自己的力量,或者是依靠有关部门的执法显然远远不够。从根本上讲,一方面需要完善相关法律法规,包括加大违法处罚力度等,从而对一些心存侥幸的人形成震慑;另一方面,还要加大宣传力度,唤醒公众保护自然的意识、敬畏自然的意识,从而让自己的旅游行为自觉符合法律的规定。

(来源:法制日报)

提升窗口服务从“面对面”开始

◇许航



图/华传国 新华社发

近年来,因隔离玻璃的存在,个别地方出现了“工作人员吹空调,办事群众受煎熬”等现象,隔离玻璃存在的必要性、合理性因此受到了网民质疑。近日人社部专门作出部署,要求各地落实服务窗口设计标准,在新建和改建中不得设置隔离玻璃,受到广泛好评。

提升窗口服务要从“面对面”开始。政府服务窗口的隔离玻璃参照银行柜台标准而设,曾在建设“一窗式”服务中发挥了一定的作用。但是随着政府从管理型向服务型转变,隔离玻璃成为一面“有形

的墙,不仅隔开了与百姓的接触,还可能隔开民心。基于这种思考,不少地方主动拆除了服务窗口的玻璃墙,让政府部门与办事群众之间交流沟通更直接、更方便,也拉近了政府与群众的距离。

但是,相对于有形的玻璃墙,拆除心中无形的玻璃墙更重要。玻璃墙的存在很大程度上暴露了部分单位服务意识没跟上。这种心态是一堵让政府部门与群众产生隔阂的“心墙”,如果不拆除,“门难进,脸难看,话难听”及吃拿卡要等问题就难以解决,群众就不满意、不高兴、不答应。

政务窗口是政府“为人民服务”的最前沿,是政府和百姓“面对面”交流最密切的地方。去除玻璃墙,最大限度地便利了群众的同时,也拉近了政府与群众的距离,实现了政府与群众的“心贴心”。但是,转变窗口服务工作作风,让政务窗口变得友好起来,这只是第一步。更重要的是窗口内的工作人员要时刻不忘初心,端正服务态度、提升服务意识,设身处地替办事群众着想,考量办事群众的难处,将为人民服务的宗旨落到实处。

(来源:新华网)

众筹要“众管” 爱心需呵护

◇刘琛

近日,“德云社相声演员吴鹤臣患病,家人众筹百万”的消息引发公众质疑。资产情况是否会影响众筹标准?筹款金额是否过大?网络众筹平台是否担负起了审核责任?有记者尝试在不同网络众筹平台发起筹款申请,发现提交并通过审核十分容易,病情、医疗费用、财产状况等不会影响申请金额。

互联网众筹平台对大家来说并不陌生,相比传统的筹款模式,网络众筹门槛低、传播快、效率高,为不少危难家庭雪中送炭,纾解了他们的燃眉之急。可以说,这种基于互联网技术的创新筹款模式,对于凝聚社会爱心、促进民间公益慈善事业发展起到了积极作用。然而操作不当的话,优点也可能成为缺点。比如,此前新闻报道过的一些“诈捐”现象正是利用了平台审核不严的漏洞,有的为博取同情而夸大病情,谎报治疗费用,并且对医保、商业保险等信息“选择性遗忘”;有的在病情尚未确诊的情况下就匆忙筹款;更有甚者,公开伪造病情资料,借助众筹平台“空手套白狼”……

如何才能让网络筹款平台“趋利避害”?首先,平台必须承担起更大的责任,强化底线思维,不能为了吸引筹款者而对相关材料不加鉴别。每当谈到审核机制,网络筹款平台总会回应“没有资格审核筹款人的相关信息”或碍于种种成本因素放松审核力度。对此,不妨引入多方“互助”和技术手段,跟更多权威部门和有关机构共享身份、病情、医保、商业保险等真实有效的信息,扎紧篱笆,堵住漏洞和缺陷,使他人没有空子可钻、没有机会可乘。

其次,还要让筹款者意识到责任边界。早在2016年8月,民政部等四部委发布的《公开募捐平台服务管理办法》就规定,个人为了解决自己或者家庭的困难,通过广播、电视、报刊以及网络服务提供者、电信运营商发布的求助信息,其真实性由信息发布个人负责。但从现实情况来看个人负责信息真实性的效果并不理想,怎么办?一方面,筹款平台可以在更显眼的位置增加声明签字、责任自担、权利知情等明确的签署环节,尽到提醒义务,让参与者清楚地意识到自己必须承担的责任。另一方面,有关部门对信息公开造假的筹款者也要有实质性惩罚,除了叫停众筹、追回善款外,更不妨列入黑名单,纳入个人信用记录,提高其失信筹款的成本。情节严重者,还要依法追究其法律责任。

由是观之,网络筹款平台门槛低、审核快的特点成了一把双刃剑。如何用好这一互联网新工具,推动网络筹款平台转型为内部治理结构明确、外部监管到位的慈善平台,既要求平台加强自律,也考验着有关部门的管理智慧。

(来源:广州日报)

打造中国品牌 莫忘擦亮老字号

◇周东飞

今年的5月10日是第三个“中国品牌日”。“中国品牌日”的设立,标志着中国自主品牌建设已经上升到国家战略的高度,是“促进中国产品向中国品牌转变”所迈出的坚实脚步。而一个绕不过去的核心话题自然是:如何更好地打造中国品牌?答案不少,路径很多,其中很重要的一条就是要擦亮老字号。

很多人认为,品牌是一个舶来的现代概念,是中国传统文化中所没有的东西。比方说,很长时间内,中国对外出口加工贸易的一个显著特征就是“价格便宜,没有品牌”。但是,因此否认中国经济和文化中从来没有过品牌意识,并不客观。说到自行车,大家会想起“凤凰”;说到运动鞋,人们会提及“回力”;说到烤鸭,估计谁都不会忘掉“全聚德”……这些老字号,就是久经考验的中国式品牌。

老字号不只在中国。实际上,国际品牌体系中有太多著名的老字号。由世界品牌实验室编制的“世界品牌500强”榜单显示,2017年全球500个最强品牌的平均年龄为100.19岁,其中100岁及以上的老字号达216个,占比为43%。可以说,这些世界最牛品牌中的一小半,都是名副其实的“百年老字号”。这一统计数据启示我们:在中国自主品牌建设过程中,要注重对老字号品牌资源的经营与重建。

老字号是一个全称的概念,实际上在老字号的内部,情况各有不同。上海交通大学品牌研究所所长余明阳指出,中国有1.5万个老品牌,有1500个还活着,150个活得还算不错,但只有10个能够称得上活得很好。也就是说,中国老字号的生存现状是,活着的占十分之一,活得不错的占百分之一,真正如鱼得水的还不到千分之一。一方面,老字号对于打造中国品牌的重要意义自不待言;一方面,老字号们的生存经营现状却难言乐观。

老字号们的招牌有些黯淡,其背后的原因归纳起来可能有这么几种:一是历史上存在发展的断层期,岁月的烟尘蒙蔽了人们重新发现老字号的眼睛;二是代代相沿的传统体制机制,阻碍了老字号在市场经济环境中的腾挪转移;三是理念和技术的滞后,制约了老字号在移动互联网时代拓展渠道资源和升级营销手段。

针对上述问题,一些地方正在积极行动起来。比如,武汉实施老字号振兴工程,特别要求加强老字号起源店的原址保护,不得盲目拆除与迁建,从而唤起民众对老字号的记忆。天津在振兴老字号的过程中重视体制机制创新,鼓励老字号通过收购、兼并打造企业集团,以增强竞争力。作为拥有老字号数量最多的城市,上海推出了“老字号新电商计划”,未来3年,拼多多将投入100亿元营销资源和15亿元定向现金补贴,助力100家上海老字号企业扩大市场份额,推动更多品牌重回一线品牌行列。

互联网时代,地方政府积极努力,企业不断探索——这既是复兴老品牌的机遇,也是凝聚和彰显中国品牌力量的机遇。老字号是中国品牌的优质存量资产,用好活活这部分存量资产,中国自主品牌建设国家战略的实施,无疑将事半功倍。

(来源:中国青年报)

“跑腿”生意火爆监管也要“跑”起来

◇张涛

出差忘带身份证,找网送员送到机场;想买生鲜,零食又懒得出门,找外卖小哥代买……近几年,同城配送市场日渐壮大,随着同城跑腿平台崛起,快递和外卖巨头也纷纷争抢这块“大蛋糕”,但这种花钱买时间的“跑腿”服务,目前还处于监管“真空”。(5月8日《北京日报》)

“你动嘴,我跑腿”,近年来跑腿服务迅速发展,从最初同城证件、文件等紧急品配送,逐渐延伸到代排队、代买东西、代遛狗等个性化服务。国家邮政局去年发布的数据显示,提供即时配送的同城速递已成为物流行业增速最快的子行业,未来5年仍将保持30%的增速,预计到2020年市场规模将超2000亿元。

如果说,前些年一些中小创业公司开展同城跑腿服务是1.0时代,如今,随着京东快递、美团外卖等巨头相继推出

同城急送服务,“跑腿”行业已经进入2.0时代。不过,在行业步入发展快车道背后,依然面临监管盲区的尴尬。作为一个新兴业态,“跑腿”服务没有得到具体的行业界定,也缺乏完善的行业规范和法律条文加以约束。在工商部门注册时,有的地方将其登记为物流企业,有的则是归入家政服务或中介服务,究竟该由谁来监管、如何监管,很难说得清楚。

这直接带来跑腿行业准入门槛低和一些企业收费随意定价、服务缺乏保障等问题。一些跑腿公司就是“皮包公司”,今天开门营业,明天关门大吉。去年,合肥一家名为“快服务”的跑腿公司突然关门,近20名员工的工资无处讨要,当地一家水果店充值的1万元跑腿费也打了水漂。同时,跑腿服务延迟送达、损坏物品、信息泄露等问题也备受诟病。

据报道,有消费者反映,自己因为工作忙抽不出身,就打电话找跑腿公司,把一份重要文件送到另一家单位。结果,跑腿公司收了钱,却没能将文件按时送达,导致自己和对方单位产生不必要的误会。事后,跑腿公司只是退还了10元跑腿费草草了事。艾媒咨询发布的《2018上半年中国即时配送市场监测报告》显示,34.3%的受访用户遇到过货物安全问题,其中56%的用户遇到过货物损坏的情况,52.4%的用户遇到过文件、证件等重要信息被暴露的情况。

目前,一些跑腿公司都采取众包模式,社会人员进行简单注册后就能接单配送。在遇到消费纠纷时,跑腿公司往往以此推卸责任,致使消费者权益得不到应有保障。今年1月,湖南长沙一位跑腿骑手拿着客户寄送的三部手机

失联了,当客户找到其所属的通达公司长沙办事处,却被告知骑手和平台之间并没有雇佣关系,他们只能参照快递行业的办法,以配送费用的数倍进行赔偿一百元左右。

在当下快节奏社会,跑腿服务迎合了公众花钱买时间的需求,促进了社会分工的进一步细化。不过,没有规矩,不成方圆,跑腿行业缺乏有效监管和规范,势必影响行业的健康可持续发展。商务部流通业发展司牵头制定的《同城物流配送服务规范》已于去年7月立项,有关方面应尽快完善跑腿行业的法律制度和行业规范,厘清跑腿平台的责任和义务,将跑腿服务纳入监管体系。

只有让监管也“跑”起来,与行业发展步调一致、齐头并进,跑腿行业才能行稳致远,赢得未来。

(来源:北京青年报)