

规范执法监控设备 避免成“罚款工具”

□戴先任

国新办2月28日举行国务院政策例行吹风会,介绍《国务院关于进一步规范和监督罚款设定与实施的指导意见》的有关情况,吹风会上介绍,2024年12月底前,县级以上地方人民政府有关部门、乡镇人民政府(街道办事处)要完成执法类电子技术监控设备(以下简称监控设备)清理、规范工作,及时停止使用不合法、不合规、不必要的监控设备。(2月28日央视新闻)

电子监控设备被广泛用于行政执法,尤其是交通管理工作,“电子警察”得以普及。电子监控设备能够提高执法效能,起到震慑违法违纪行为的积极作用,降低交通事故发生率。

但少数执法部门将电子监控设备当成了“罚款工具”。如在2021年,佛山的“天量罚单”就引发舆论关注:一个路口62万张罚单、罚款超1.2亿元。被罚的车主们对处罚结果表达不满,批评该岔路口指示灯信号和地面标线设计不合理,没有充分考虑实际驾车习惯。当地交警部门最终发布通报称,将协调业主单位对该路段标志标线集中进行优化改进,监控设备成了“罚款工具”,执法变成“处罚”,损害了执法对象的合法权益,也破坏了行政执法的公正性。

此次《国务院关于进一步规范和监督罚款设定与实施的指导意见》明确,严禁为增加罚款收入随意设置监控。《意见》要求,利用监控设备收集、固定违法事实的,应当经过法制审核。要根据监管需要确定监控设备的设置地点、间距和数量等,设置地点要有明显可见的标识,投入使用前要及时向社会公布,严禁为增加罚款收入而脱离实际监管需要随意设置。

监控设备成了“罚款工具”,正是因为少数执法部门或是为了创收,或是出于以罚代管的目的,到处安置监控设备,监控设备数量过多,或是设置的地点不合理,收集、固定违法行为也存在有争议的地方。

通过清理和规范执法类电子技术监控设备,能够限制执法部门利用电子监控设备获得罚款收入的行政执法权空间,进而有利于规范行政执法权。同时,还要重视群众监督的力量,畅通投诉举报渠道,鼓励群众积极参与监督,监控设备成为“罚款工具”的现象才会越来越少。

要让监控设备成为依法执法的有力手段,而不至于成为“罚款工具”,关键还是要管好站在监控设备后面的人,需要执法部门能够践行“执法为民”的理念,提高法治意识,严格依法执法,这就要给执法者头顶悬挂好“达摩克利斯之剑”,让权力不再任性。

烘焙行业浪费成风 品牌溢价不是借口

□关育兵

“每天晚上10点后都要把这么多精心制作的面包扔掉,太令人痛心了!”西部某城市一家面包店店员说,他负责清点打包当日未售出的面包,装入黑袋中丢弃。这些面包将进入湿垃圾填埋厂。店员表示,周一到周四每天丢弃的面包能装满一麻袋,周五到周日每天也能装半麻袋。(2月28日新华社)

近年来,烘焙市场上涌现出高价面包、精致吐司和豪华蛋糕等“面包刺客”,这些商品不仅令消费者咋舌于价格,更因其高报损率而引发浪费问题的关注。在追求品牌溢价与市场冲击力的同时,烘焙行业似乎陷入了一个悖论:一边是昂贵的价格,一边是惊人的浪费。

造成这一现象的原因,有维护产品品质的现实因素。此外,盲目追求包装“大”、货架“满”亦是不可忽略的因素。部分大型商超的面包仅推出大包装兜售,几乎不提供小分量的选项,这不仅难以让普通消费者在保质期内全部食用,也容易加剧浪费。一些商超和烘焙门店,为了追求货架摆满带来的视觉冲击力去激起消费者的购买欲望,甚至临近夜晚还源源不断烘烤面包。

这些因素,最终导致的结果是行业报损率高、浪费多,有门店报损率甚至超过50%,但由于烘焙行业是传统高溢价行业,品牌溢价高,所以报损高也“亏不了”。有业内人士表示,即使加上损耗浪费的部分,毛利率仍然有较大空间。

品牌的建设与维护无疑是商家追求的重要目标。在激烈的市场竞争中,品牌溢价往往代表了消费者对产品品质的认可和对品牌故事的买单,这也有利于品牌建设和质量的可持续发展。然而,当这种溢价带来的利润无法有效转化为减少浪费的实际行动时,品牌的可持续性便受到了质疑。

品牌在追求经济效益的同时,也应主动承担起社会责任,寻求减少浪费的有效途径。比如,通过精准的市场调研和数据分析来预测需求,避免过度生产;采用更为环保的包装和保鲜技术,延长产品的保质期;开发新的销售渠道或合作方式,将剩余产品合理分流,减少直接丢弃的比例。这些举措既能降低商家的运营成本,也能提升品牌形象,实现经济效益与社会效益的双赢。

维护品牌形象不能成为浪费的借口,除了道德谴责的压力之外,还需要切实可行的解决方案和全行业的共同努力。烘焙行业应当正视浪费问题,从品牌建设的角度出发,积极寻求减少浪费、提升可持续性的路径。

将形式主义赶出校门

□郑运钟



为进一步规范社会事务进校园管理,切实减轻中小学教师非教育教学负担,保障教师聚焦主责主业,近日,泉州市教育局发布关于公布2024年泉州市中小学校社会事务进校园活动清单的通知。经梳理、精简和归并,科普宣传教育进校园、六一节爱心公益活动、劳模工匠进校园等3个项目进入清单。通知规定,各学校要严格落实清单管理,除法律法规规定、党委政府、上级教育部门要求开展之外,未列入清单的活动项目不得开展。

这是对民生关切的及时回应,也是让教育回归本源的一大举措。近年来,名目繁多的社会事务大摇大摆地走进国内各地的中小学校园,增加师生负担,干扰教学秩序,有些教师甚至感叹“教学都成了副业”。在校园里进行迎检、创建、宣传教育等工作,少不了要调动学生来配合参与。有时,老师要完成指派的任务指标,还不得不借助“家长群”的力量。层层传导之下,让本就因升学而压力山大的教师、学生、

家长都不堪重负,这显然与学校的职能、教育的初衷背道而驰。

不可否认,一些社会事务进校园确有其积极意义,丰富教育内容,拓宽学生视野,对孩子健康成长而言,本可以是件好事。但许多活动之所以不受欢迎,关键在于出发点和落脚点并没有放到孩子成长的真正需要上。有些部门在开展进校园活动时,不关心学生的认知水平、不在乎宣传教育效果,也不考虑学校的承受能力,为了宣传需求或政绩考核,只管扛着“从娃娃抓起”的大旗,将校园当作部门的“秀场”。

从本质上说,这无疑是形式主义向校园的蔓延,其危害远不止增加师生负担,干扰教学秩序。更令人担忧的是,让孩子从小被形式主义所裹挟,一次又一次的形式主义,必然对他们的认知模式起到强化和固化作用。其结果是,很多“从娃娃抓起”,最终在事实上成了形式主义“从娃娃抓起”。

把好事办成形式主义的大门,遏制形式主义向校园蔓延之势,已成当务之急。此次泉州市教育局出台的清单管理制度,正是对症下药,效果值得期待。这一管理举措并未将社会事务进校园一棒子打死,而是通过梳理、精简和归并,让科普宣传、六一节爱心公益活动、劳模工匠进校园等有益孩子

身心健康成长的项目进入清单,而将其其他只是增加师生负担的项目统统踢出校门,并把形式主义等歪风邪气挡在校门之外。相信,随着清单的公布以及各个中小学校的贯彻落实,将创造一个更好的教育环境,还孩子们一个清静、健康的校园。

当然,把好社会事务进校园的大门,责任不只在教育部门,还需要从源头治理。一方面,政府部门也应当以身作则,杜绝行政任务向校园转嫁,确保清单制度能够真正落实到位。另一方面,还要多方联手,整合资源,在实践中不断完善清单制度,既加强日常监管,切实为教师减负,又能让真正有益于健康成长的走进校园。

说到底,校园是为党育人、为国育才的一方净土,不是你方唱罢我登场的“秀台”。与其不加甄别地让各种活动进入校园,不如学会尊重教育规律、尊重孩子成长,设计出满足教育需求、符合学生“胃口”的进校园活动,让社会事务进校园不再成为师生的负担,而真正起到教育作用。

一言以蔽之,并非把所有社会事务都拒之门外,而是将形式主义赶出校门。



郑运钟



有网友在人民网“领导留言板”反映称,近期北方游客来南方旅游用餐,反感南方部分商家不合理的茶位费收取制度,建议深圳带头取消收取餐厅茶位费。深圳市市场稽查局留言回复称,市场监管部门将持续加强对餐饮单位收费检查,严禁未提前公示、告知、未明码标价及乱收费等行为。(光明网/文 视觉中国/图)

驱车千里讨说法,莫使新闻成趣闻

□周培尧



十元三副耳钉,还包邮到家,买家收到货后竟然退款不退货?一气之下,义乌一家电商负责人李先生选择千里追寻“公道”,坚决不纵容“贪小便宜”。

看到这一则新闻,很多人脑中闪现的是“值不值”的问题。当然,如果从付出与收益上来衡量,李先生开车近8个小时,经过舟车劳顿之苦,最后也只是签署了和解协议,在经济与精力上的投入肯定是得不偿失。但从公平正道的角度来看,商家却是实实在在的赢家,不仅讨回了公道,更重要的是,对仅退款不退货的买家起到了警示作用,可谓事小意义大。

端则是这一服务难免遭遇利用规则“薅羊毛”的买家。

因此,商家对“仅退款”服务的规则漏洞颇有微词,现实中就有些商家不堪其扰,甚至无奈选择关店,而愿意像李先生这样花费大量的金钱和时间成本去维权的商家并不多。说到底,树立规则意识是消费者与商家良性互动不可或缺的因素,而想让“仅退款”服务走得稳走得长远,一方面,消费者应诚实守信,共同维护消费秩序;另一方面,商家在遵守规定、配合退款的同时,遇到问题也应积极拿起法律武器维护自身权益。

电子商务在中国发展的历史虽很短却速度惊人。从20世纪初期的原始电子数据交换到1998年的第一笔在线零售交易,一直到如今淘宝、京东、拼多多等电子商务巨头的崛起,在过去30多年里,电商已彻底改变我们的生活。如何提升消费者和商家的体验度,则是一个不得不思考的现实问题。在互联网经济之下,电商经营是一个综合能力考验的考验,技术、平台运营、供应链、营销缺一不可,在传统电商增长乏力、市场竞争越来越激烈的今天,不断创新服务、增加用户黏性,就成了制胜筹码,这也是为何电商平台竞相推出“仅退款”服务的原因所在。

有人调侃说“互联网的尽头是电商”,眼下的电子商务虽然发展迅猛,但诚信问题仍是其前行的一大阻碍。互联网经济的下半场是信任经济,高速发展的科技为我们带来了便利也放大了人性的弱点,跳出科技层面的讨论,不难发现,诚信问题不仅是电子商务独有的问题,而且是整个社会发展所面临的全局性问题,只是在网络经济的语境下显得更为突出罢了。

贪小利是人性的先天弱点,要让“仅退款”成为电商行业的标配服务,背后的道德风险更需多方共治。用规则去遏制人性之恶,用机制去引导科技向善,也是必要的。就此而言,电商平台在提供“仅退款”服务便利消费者的同时,也要不断完善流程和规则,建立对商家的保护措施,如加强退款审核机制,确保“仅退款”申请的合理性和真实性,并创建商家快速申诉、投诉通道与处理等机制等。唯有如此,才能取得消费者权益与商家利益双赢的结局,而商家驱车千里讨说法的新闻也才能激荡出新闻的火花,而不是成为大众茶余饭后的趣闻。



周培尧



电影撤档

□本期主持:吴志明

2024年春节档档期总票房打破中国电影史春节档票房纪录。与此同时,今年破天荒出现4部电影接连撤档,这种“打不过就跑”的方式到底是及时止损的明智之举,还是扰乱电影市场的投机行为?

及时止损 明智选择

@紫水晶:站在市场营销的角度分析,主动撤档完全能够理解,这样做可以避免更多的未知风险和损失,是一种以退为进的保守举措。当然撤档也是一把双刃剑,存在一定风险,除了错过最佳上映时间,也会给观众带去不信任感,进而影响电影行业发展。但无论撤档与否,保证拍摄质量都是前提条件,唯有不断创作出更好的影视作品,才能满足大众的观影期待。

@许兵:电影是一项巨大的投资,在竞争激烈的情况下,制片方需要权衡利益和风险。从制作方角度看,撤档是一种止损策略。影片在制作和宣传过程中耗费了大量资金和资源,若预测到市场反应不如预期,撤档可避免造成更大的损失。特别是春节档期,如果影片存在问题,撤档可避免票房惨淡。这种做法可以保护投资方利益,并无不妥。

@河北白帆:电影撤档是制作方在认真分析后主动作出的明智选择,毕竟春节档期竞争激烈,而一部电影往往需要巨额投资,一旦票房不佳会造成巨大亏损。制作方及时撤档,再寻找合适的档期,可以为自己谋取最大的利益,这是尊重市场规律的选择,观众应给予理解和支持。同时,主动撤档也避免了相互之间的恶性竞争,有利于电影市场的健康发展。

违约背信 影响市场

@四川黄根华:撤档对观众权益有一定损害。观众对看电影有其期待和安排,一旦撤档就需要重新计划,可能带来不便和对电影市场的不信任。同时,撤档也可能降低观众对其他影片的观影意愿。为了维护观众权益和市场秩序,制片方选择撤档应谨慎,并公开透明地说明原因。同时,政府和相关部门也应加强监管,规范电影市场的运作,保障观众权益。

@泥河牧歌:不论何种原因,在春节这个贺岁档期突然撤档,着实给喜庆的气氛添了几分不和谐!虽然制片方撤档有难言之隐,但对观众而言,不会就只有失望那么简单。观众是影片质量的试金石,既然预告了档期,就是对受众发出了公开邀约。如此吊足了受众的胃口,却又出尔反尔地撤档,即便有充足的理由,也是给自己打上了违约、背信的标签。

@龙泉:一部电影的拍摄,需要耗费巨大的人力物力。如果没有精品意识,电影上映后,发现形势不对就撤档,不仅是一种资源的浪费,还违背契约精神,打击观影热情,对出品方造成信任危机。一旦成为常规操作,会波及整个电影市场,是一种扰乱市场的投机行为。此风不可长,相关部门应作出相关规定加以约束和引导,营造一个风清气正的电影市场环境。

谨慎投资 提升质量

@鹿台一卒:电影撤档是市场优胜劣汰的必然结果,但每一部电影都有不菲的投入,撤档无疑是资金和时间的巨大损失。但愿撤档事件是对相关方面的当头棒喝,应从中汲取教训、调整思路,从浮躁中走出来,平心静气地提升影片质量、把握市场规律,切实把提高电影质量放在重要位置,创作出更多让人民群众喜闻乐见的好作品,为文化自信增加更多的底气。

@消姐:票房不好就撤档是无奈之举也是明智之举,可以尽量挽回损失。当然,撤档止损相对于投资,只是杯水车薪。拍电影风险很大,投资需谨慎,各方应吸取经验教训,不是只看重投资数字,而应看重影片质量,少搞一些花里胡哨的东西,电影本身好看才是核心和关键,只有拍出喜闻乐见的好电影,才能得到观众认可。

@流年拾忆:电影撤档是商家根据市场形势采取的自主经营行为,不能单纯认为是扰乱市场。应该看到,随着观众审美水平的提高以及对于电影精品的需求,对广大电影发行人的要求也越来越高。因此粗制滥造带不来高票房,撤档只能是“躲得过初一躲不过十五”。希望广大电影制作人用心制作,为观众带来好电影,而不是简单一撤了之。

下期话题

近日,江西崇义县出台“零彩礼”“低彩礼”家庭礼遇机制,通过给新人家庭提供颁证礼遇、子女入学、创业扶持等10个方面正向激励,为爱“减负”。其中“零彩礼”“低彩礼”标准为聘礼、礼金为零或不超过3.9万元。此举引发网友热议,有网友认为,这是推进婚俗改革,倡导文明新风。也有网友认为,3.9万元彩礼不仅难以测算与衡量,以彩礼为标准制定奖励政策也有失公平。下期茶座,邀您聊聊“低彩礼享礼遇”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



吴志明