

“红包钓鱼”钓不出员工的自律

■ 郭文婧 自由职业者

公司董事长上班时间在员工群里发红包，员工按捺不住内心激动，“手气最好的，抢了10多元”。结果，当天下午，公司下发一纸处罚通知，抢红包的“前三甲”，每人罚款500元。理由是上班时间玩手机。（1月6日《成都商报》）

董事长的用意可以理解。公司属于特殊行业，关系到千家万户安全，容不得一点马虎，上班抢红包，确实是责任心不强的一种体现。律师的观点也具有一定的说服力，“不管受到多大的诱惑，上班时间长时间干私事是不对的。但另一方面，公司处罚员工也要遵循《劳动法》，罚款更需要有评估、有上限，不能太随意”。但问题是，“红包钓鱼”，杀鸡

骇猴，就真能达到初衷、起到理想的效果吗？

“上班禁止玩手机”，一个单位该如何落实这一规定呢？笔者认为，至少有三个层次的办法：第一个层次的办法就是发现一起严惩一起，甚至不惜采取类似“红包钓鱼”的手段；第二个层次的办法就是净化员工手机，让员工的手机关无内容可玩，甚至是采取配备专用工作手机、上班时间私人手机集中保管的措施；第三个层次的办法就是价值观共同体建设，让员工靠自律来维护上班不玩手机的规定。

“红包钓鱼”类似于“钓鱼执法”，在总体上是被否定的。道理很简单，“任何法条的目的，都不可能是诱人犯罪”。当事人原本没有违法意图，在执法人员的引诱之下，才从事了违法活动，这样的事多了，就会撕裂了社

会成员间朴素的情感，败坏了公德。就“红包钓鱼”来说，尽管董事长立了威，但也失去了人心，员工以后对董事长的任何一言一行，不会轻易相信，得先甄别其中的“陷阱”。

失去人心的信任，价值共同体也就是一句空话，只要有更好的环境与空间，员工的跳槽也就是必然的了。因为员工与企业之间，并非命运攸关，而只是一个简单的谋生手段而已。即使是特殊行业，员工也会先权衡自己的利害得失，“千家万户安全”的责任可能还是会留给董事长的。失人心者失天下。这样的公司，共度时艰、创新改革、发展壮大、成功转型等，估计都只会是董事长的一厢情愿。

当然，话要说回来，价值共同体的构建，也少不了严厉的规章制度，甚至是“钓鱼执

法”的考验。但是，“钓鱼执法”一定要合情、合理、合法。在合情的角度，首先要“道之以德，齐之以礼”，让员工知道有“钓鱼执法”的存在；在合理的角度，那就是要让权利到位，从机制层面避免“诱惑”；在合法的角度，也就是律师说的，处罚员工要遵循《劳动法》，要有规可依，不能太随意。

自律才是根本，要员工自律，领导就需要带头。员工抢红包有错，难道董事长上班时间发红包就没有错？一纸处罚，尽显“只许州官放火不许百姓点灯”的无聊。其实，董事长头疼的公司管理问题，可能需要董事长带头来反思，改进管理的方法，而不是置身事外，只盯着员工，只想着如何处罚违规的员工。如果管理的本质就是如此，管理也就太容易了。

隐忧可以理解 视听不容混淆

■ 李劲松 职员

“中铁总拖欠了建设单位2500多亿工程款。”中国工程院院士王梦恕告诉21世纪经济报道记者，中国铁路总公司目前的债务压力甚大，对“十三五”铁路投资的高位运行，表现出不小的隐忧。（2015年12月29日《21世纪经济报道》）

中国工程院院士王梦恕，与铁路始终有着一份独特的情缘，历任铁道部隧道局助理工程师、工程师、高级工程师、教授级高级工程师、科研院所构室主任、科技开发处总工，中铁隧道集团有限公司副总工程师，教授级高级工程师等职，成为工程行业内知名人物。他对铁路的感情应该说是深厚的，对铁路的发展是高度关注的，从他的一系列与媒体的言论中，足以见证王院士一颗胸怀国家和胸怀铁路的赤胆忠心。

但从一些报道中也不难发现，王院士存在着隐忧过度，信心不足的一面。如，“铁总没钱，已经拖欠了建设单位2500多亿的工程款了。由于中国铁路总公司债务繁重无力负担，多条铁路线路的建设工程款是由建设单位贷款垫资建起来的，而且因为没钱，国内高铁的建设费用也被压缩得厉害。王梦恕还透露，目前中铁总的债务负担极重，每年仅利息支出就超过1800亿元，远超过其职工收入支出，各项融资渠道并未奏效，令中铁总的资金负担越来越大，无奈假借建设单位或者车辆制造单位代为承担部分资金。但此举无疑给铁路承建和车辆制造公司带来严重的资金负担。”再如该媒体报道，“铁路建设资金利率高达6%-10%，建设单位贷款垫资建设铁路项目，转头利润便被高昂的利息所吞噬。记者查阅中国中铁与中国铁建这两大国内铁路主要建设承建方的半年报发现，中国铁建2015年上半年应收账款高达1134亿元，中国中铁上半年的应收账款更是高达1545亿元。”等等论述中可以窥见。

铁路债务压力巨大是不争的事实，铁路融资不如预期也是事实，但不能因为铁路存在着较大的压力就不继续发展了，就畏手畏脚，踌躇不前了。众所周知，铁路改革不过三年时间，原铁道部的债务是由铁路总公司继承的。作为一个新的铁路公司，一诞生便承担着巨额债务，指望新的铁路公司把债务短期消化掉，简直就是天方夜谭。巨额债务最终怎么办，必须依靠国家。而国家也是极力支持铁路的发展，从“一带一路”到高铁国外市场，李克强总理在国际上的推销，都是铁路依靠国家的最好佐证。但一些媒体的言论所表现出的过度担忧，则体现出信心不足的一面。过度解读强调或制造消极面，没有看到积极面。诸如，没有全面分析中国中铁、中国铁建两家公司近两年的财务报告，便把两家的企业利润与亏损算计在铁总的经营行为中。孰不知，铁路建设只是两家工程企业中的一部分，而且还不是主要部分。例如，在全国各大城市随处可见中国中铁、中国铁建两家企业施工中的市政工程。因此，一些所谓建设企业资金问题缘由报道并未详细说明，误导舆论。

从大的环境来说，近两年受世界经济环境的影响，各国经济发展的势头都不容乐观，中国理所当然受到了影响。从国内经济发展来看，2015年全国经济下行压力增大，各行业都受到了影响，这并不是铁路一家企业发展遇到的问题。好在，在党中央、国务院的正确领导下，国家实施了一系列宏观经济战略，使国家经济步入新常态。我们伟大的中国之所以伟大，就是因为在中国共产党的正确领导下，能够集中财力办大事，这是任何其他国家无法比拟的现实优势。同样，加快铁路建设是国家经济新常态下的战略选择，国家有关部门高度重视铁路建设资金保障问题，融资环境相对宽松，诸如设立铁路发展基金、银行借贷等。因此，王院士身为院士看不到如此积极面，实在遗憾。少数媒体不负责任，捕风捉影，用主观臆测代替客观分析，数据引用无科学性、准确性。诸如，由于基建项目工期长、合同额大，导致基建类上市公司应收账款金额相应较大。根据财政部关于工程建设合同管理的要求，部分工程款项只能在工程验收后支付，这也是造成所谓账面应收款项较大的原因，等等，很容易让受众混淆视听。隐忧可以理解，混淆视听万万不可。

“创客”时代，更该“非诚勿扰”

■ 叶倾辰 时评人

江苏卫视“非诚勿扰”栏目自开播以来，一直话题不断。而在2013年却被80后小伏金阿欢状告其“非诚勿扰”商标侵权。日前，长达三年的“非诚勿扰”商标侵权案终于尘埃落定，法院判决江苏广播电视总台立即停止“非诚勿扰”商标侵权行为，在判决生效后立即停止使用“非诚勿扰”栏目名称。（1月5日《东方早报》）

关于商标的纠纷，近年来一直很多。比较著名的有王老吉与加多宝的品牌纠纷，王老吉商标所有者在与加多宝的合同到期之

后拒绝续约。这一次，“非诚勿扰”栏目遇到的商标权属纠葛，比前者更为尴尬，栏目用了这名字还没几年，就有商标所有者跳出来要求停止侵权。综合这些案例来看，无论是王老吉那种商品授权纠纷，还是后者“非诚勿扰”商标侵权纠纷，其实都在共同传递一个常识，“创客”到市场经济浪潮中竞争之前，就该做好知识产权功课。别等名气大了，才发现用了这么久的商标最终还是他人的嫁衣。

比之“非诚勿扰”这种商标纠纷，不能不提的还有“抢注”商标现象。譬如最近《半月传》的热播，有精明的人就抢着注册了一个

商标，倘若将来《半月传》的作者有利用自己作品名字经商的想法，很可能也遇到类似“非诚勿扰”栏目组的尴尬处境。因为，不管谁的名气更大，法律只分先后。现在新闻报道，半月传注册的商标已经有人出价百万，知识产权保护的重要由此可窥一斑。

当我们在讨论“非诚勿扰”商标侵权案时，其实是在讨论我们究竟该树立一个什么样的知识产权保护观。综合相关新闻可知，目前对于商标的重视，不少市场主体还没有放在心上。譬如“非诚勿扰”栏目组，面对这场几乎是必败的官司，竟然没有早想出对策。或者说在栏目成立之初，看一看自己的

名字是否被注册。重经营而忽视对自身的保护，显然造就了如今这个知名栏目名字“非诚勿扰”不得不停止使用的尴尬境地。

80后小伏金阿欢是无辜的，因为他在注册“非诚勿扰”为商标时还没有这个栏目组。而如今栏目组名气起来了，却不等于商标的所有权就属于栏目组；栏目组或许是无心的，因为对节目内容的重视，也许超过了对知识产权的关注。不论是哪一种情况，“非诚勿扰”案都是送给所有“创客”的一面镜子，帮助他们，在市场经济摸爬滚打时，关心包括商标在内的知识产权，学会用法律为自身权益兜底。

农村电商缺口200万 须用三招才能填平

■ 余汉托 财经评论员

2015年12月29日，淘宝大学县长电商研修班一周年发布会在杭州举行，来自全国的500位县长学员参会。最新数据显示，目前淘大县长班已经覆盖全国26个省份、598个县市区，多达1572位县级干部参加电商研修。同时，发布会还披露，2014年中国农村网购市场总量达1800亿元，2015年“双十一”，农村淘宝仅在8分钟内成交突破千万。互联网在深刻改变县域经济的原有模式。与此同时，农村电商面临200万人才缺口。（1月3日《新文化报》）

近几年来，随着电商产业的不断发展，以及移动互联网的高速普及，农村电商市场正呈现出越来越兴旺的良好态势，据预计，该市场至少可达万亿级容量，包括阿里、京

东等互联网电商巨头在内的企业，都已经纷纷布局农村电商市场了，并将其视作电商领域的蓝海。可以说，电商对于扩大农产品销售渠道，提高农民收入，推动农业发展，具有非常重要的作用。这也是全国各地重视电商产业的一大主因。

农村电商的发展难度，显然远大于城市电商。因为城市电商普遍以标准化产品为主，比如服装、家电等，基本都具有比较统一的质量标准，商家只要把货进渠道关，基本不用掌握太多的产品知识；与此同时，消费者在购买标准化的产品时，只需提供所需产品的品牌、型号等基本信息，即可获得想要的产品。与之不同的是，农村电商由于以农产品为主，而农产品的质量普遍缺乏一致的标准，再加上农产品的保质保鲜难度较大，在物流环节经常出现变质问题，最终影

响到农村电商快速发展。而这一切的根源，与农村电商缺乏人才息息相关。

那么，农村电商应该如何突破人才严重匮乏的窘境呢？笔者认为，至少需要充分运用以下三招：

首先，国家教育主管部门应该站在电商产业战略发展的高度，制定农村电商人才培养计划，在大中专院校增设农村电商相关学科，并鼓励社会机构办学，开展形式多样的农村电商人才培养，从而为农村电商行业提供高素质的人才。

其次，各县市要紧密结合农产品市场实际情况，规划好农村电商人才引进和培养计划。由于农村电商经营者和传统电商的素质要求不一样，它要求经营者一方面要掌握电商技能，同时还得掌握农产品相关知识。可以说，农村电商的属性更侧重于农产品，就

像互联网金融属于金融行业一样。鉴于目前农村电商人才较少，有关部门不妨考虑通过引进优秀电商人才，从而带动本土电商水平取得更快发展。同时，努力促使那些富有农业生产经验的人员向电商化转型，为农村电商发展奠定良好的产品质量基础。

第三，农村电商的发展，与物流质量息息相关。因此，有关部门应当在加大农村电商物流基础设施建设的同时，加强农村电商物流人才的培养，特别是冷链物流和农产品包装专业人才的培养。只有这样，才能有效提升农村电商产品的质量，进而推动农产品的销售。

总之，农村电商要想克服人才瓶颈问题，需要政府和民间携手并进，才可能获得事半功倍的成效。

对接绿色发展理念的新康养——《生态康养论》书评（一）

■ 林彬（四川省社会科学院副研究员）

人类对于理想居所和健康养生的向往与追求古已有之，早在《黄帝内经》中就有：“人以天地之气生，四时之法成”的说法。在自然经济时代，人类与山水相依，与大自然共生，过着天然纯朴的聚居生活。其间，古人的养生之道也无不体现“天人合一”的哲学境界。古人对于自然充满着宗教般的虔诚，对身处的环境保持敬畏之心，他们懂得人与自然共生的质朴之道。山川、河流、大地、森林、动物、人类是一个完整的生态系统，这个系统

使得人类得以繁衍至今。近代不断推进的工业化进程加快了人类改造自然的步伐，物质生活极大丰富的同时，也导致了绿地减少、景观破碎、水体恶化、空气污染等问题。生态的破坏与环境的污染已成为制约人们“择吉而居”、“颐养天年”的瓶颈。

为了直观地认识人与环境的适应关系，梳理外部环境对人的生活、行为产生的影响，进而实现在自然生态和社会生态中开展养生活动，在四川省社会科学院的大力支持下，由李后强教授等编写了生态康养领域的首部专著——《生态

康养论》。该书深入浅出地介绍、分析了国内外的养生观点，并将生态与康养相结合，提出生态康养的概念。在借鉴中外养生理论成果，强调人与自然“共生性”的基础上，系统阐释了生态康养的理论。同时，充分应用生态学、养生学、人口学、地理学及经济学等多学科交叉的优势，提出了“以人为本、康养为业”的生态康养产业发展途径与保障措施。并梳理了古今中外生态康养典型案例与实践。在人口老龄化、亚健康化、生态退化及环境污染的背景下，书中所指的生态康养产业是以充沛的阳光、适宜的湿度和高度、

洁净的空气、优质的物产等优良生态资源为依托，辅以优美的市政环境和完善的配套设施，以运动、健身、休闲、度假、养生、养老功能为核心的现代服务业的更高形态，是未来极具发展潜力的新兴产业。现有的研究与探索具有必要性和迫切性，也是现实需求所在。

全书体现了理论性、系统性和指导性，是一部独具特色、颇有创新的高水平专业著作。相信该书的出版，将对当下构建现代生态文明、营造绿色家园，提高生存质量，追求健康生活，发展康养产业均具有现实的指导意义。

有生态才有生命——《生态康养论》书评（二）

■ 陈杰（四川省社会科学院综合研究室主任）

随着物质文明高速发展，我们与严峻的资源、环境形势不期而遇。当资源与环境形势愈加严峻，当优美的生态、清新的空气、健康的食品已经成为稀缺资源，生态与健康前所未有的变成了人类的首要之需。如今，健康、环保、生态等话题已注定成为关注的热点。在全球大健康浪潮的推动下，无论是健康文化还是健康产业，都将迎来大交流，大融合，大合作，大发展的黄金机遇期。目前，中国健康产业产值仅占GDP比重4-5%。而加拿大、日本等国，健康产业相关产值已占GDP的比重超过了10%，美国更是达到

了15%。中国作为人口大国，营造健康、幸福、长寿的生活已是众望所归。与此同时，健康产业也正在迎来更为广阔的发展前景。面对庞大的市场需求，用什么样的观点、理论、框架及措施来指导健康产业的发展尤显迫切，而由李后强教授等撰写的《生态康养论》一书正是契合这一需求所开展的有益探索与创新。

该书以生态康养为研究对象，以康养产业发展为目标，系统梳理了生态康养的理论体系，深入探讨了康养产业的发展思路，广泛剖析了生态康养的经典案例。在内容安排上，该书将生态与健康养生两大领域相结合，既强调理论创新，又紧密联系实际。《生态康养论》一书有望为推进生态康养产业持续、健康发展

提供有效的途径与指导。纵观全书，具有以下特色：

一、基于环境与健康因素及相互关系，提出了生态康养及生态康养产业的概念。并强调生态康养注重人与环境的适应和融合，其着力于外部自然及社会环境对人体的影响。

二、在梳理古今中外健康养生思想简史的基础上，融合哲学、系统学、生命科学、中医学、生态学及经济学等多学科知识，提出了生态康养的基本原理，建构了生态康养的基础理论。

三、生态康养产业“以人为本”的特性决定了它高度依赖于优良的生态环境和生活条件，书中“六度理论”（温度、湿度、高度、优产度、洁净度、绿化度）的创

新与图解，为生态康养的条件及产业发展的方向提供了更加明确的目标，可谓“御六度之辩，以助康养之业”。

四、在构建生态康养理论体系基础上，书中结合生态康养产业特征梳理，分别从生态保护、措施保障、前景分析、案例剖析等方面，提出了生态康养作为一个新兴产业的发展之路。

总之，该书在注重理论体系研究的同时，又突出了实践性与应用性，坚持理论创新和实证分析相结合。作者所做的努力探索和大胆尝试难能可贵。《生态康养论》一书可谓“继往圣之绝学，开养生之新篇”。相信该书的出版，定能为行业人员学习和借鉴之用，也可作为生态康养产业的发展提供更多有益的参考与指导。

国药准字H46020636



复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销