

更多“土味山货”可以成为“网红尖货”

■ 邓海建 媒体人

从“土味山货”到“网红尖货”，从“0到1”的脱贫样板到“1到N”的脱贫实践，各地的脱贫攻坚工作无不说明一个老理：路走对了，奇迹不远！所谓“对的路”，无非是两个轨道：一是“赋能”。政府肩负其公共责任，企业履行社会责任。二是“造血”。把扶贫脱贫的主动权与创造性交还到农户手上。

国家统计局数据显示，今年上半年，全国居民人均消费支出达到10330元，比上年同期名义增长7.5%。全国社会消费品零售总额达到19.5万亿元，同比增长8.4%。消费对经济增长的贡献率达60.1%，拉动经济增长

3.8个百分点。消费依然是引领经济稳定增长的重要动力。(7月30日《人民日报海外版》)

经济承压，消费稳健——这是2019中国经济半年报的亮点之一。于此背景之下，消费扶贫自然成为脱贫攻坚的生力军。这个结论最形而下的例证，是7月30日阿里巴巴在江西寻乌县公布的阿里脱贫工作报告：过去半年，全国贫困县的土货在阿里平台总销量同比增长80%；而阿里巴巴扶贫基金成立至今仅一年半时间，贫困县在阿里平台总销售额达到1100亿元。

数字胜于雄辩，历史是最好的证言。高达80%的增量、高达1100亿元的总销售额，这足以证明头部平台对于消费扶贫的杠杆之力。这让人联想起一个小插曲：最近两天，“马云快来尝一口”成了短视频平台上的热门标签。全国各地的贫困县县长、农户在快手抖音等短视频平台上喊话马云老师，邀请

他来尝一口本地农产品。故事的缘起，是马云曾因为消费了沙棘汁和马迭尔冰棍，让这些“网红特产”成了终端市场的爆款，而其实，名人流量效应的背后，实质还是平台经济的可持续赋能之力。

从“土味山货”到“网红尖货”，从“0到1”的脱贫样板到“1到N”的脱贫实践，各地的脱贫攻坚工作无不说明一个老理：路走对了，奇迹不远！所谓“对的路”，无非是两个轨道：一是“赋能”。政府肩负其公共责任，企业履行社会责任。二是“造血”。把扶贫脱贫的主动权与创造性交还到农户手上，深请“授人以鱼莫如授人以渔”的道理，深挖产业特色、发掘产品特点、提升转化能力，扶贫脱贫的舞台上“三农”才能真正当主角、唱大

戏。

“一个人能走得很快，一群人才能走得很远。”到今年年底，我国预计至少有9200万贫困人口实现脱贫，脱贫攻坚进入决战决胜阶段。扶贫不是一场风、扶贫不是蹭热度，在扶贫攻坚“交卷前最后15分钟”，如何在先决出战、攻坚克难的同时，利用好强大国内市场消费力量，让外界扶贫之力转化为“三农”的涅槃之机，这是各种社会力量参与扶贫要回答好的“初心”问题。

今天的国内市场，内需澎湃，消费旺盛。让更多“土味山货”成为“网红尖货”，绝非三两人之力，更非三五日之功。扶贫先扶志，扶贫必扶智，电商脱贫、女性脱贫、教育脱贫、健康脱贫、生态脱贫……一场多维度的脱贫攻坚战已经打响。长远而言，惟有掌握好“赋能”与“造血”这两个关键词，这篇事关亿万民生的大文章才会有生花妙笔、才会激荡辽阔诗境。

快递保价不能总是自说自话

■ 海建 媒体人

如今的快递物流业务显然不能简单等同于传统的邮政业务。那么，《邮政法》第四十七条关于“保价”的规定就不适用于快递服务，而当前又没有其他法律法规对快递保价赔偿作出明确规定。最后，就是各快递公司自作主张制订了自家的赔偿标准，并以单方制订格式条款的方式印制在快递单上。

不少消费者认为，贵重快递购买“保价服务”，就相当于给这份包裹上了保险，损害或者丢失的话就会按照保价金额进行赔偿。然而真相却是，“不好意思，所谓保价，其实不是完全按照保价金额进行赔偿的。”记者调查发现，原来快递公司提供的保价服务并不等于保险，也不符合保价多少就赔付多少的一般认知。(7月29日《工人日报》)

这真是个大天的误会：你以为“保价多少赔多少”，但包裹损坏或丢失后，往往是“快递公司愿赔多少是多少”。结果就是——保价2.1万元寄的根雕摆件受损最多只赔5000元；保价4000元寄的电脑受损只赔800多元；保价3000元寄送的游戏主机显卡槽损坏，却以收货后超过24小时才申请理赔为由不予赔付……快递保价这件事，彻头彻尾成了卖家自说自话的游戏。

这个游戏的输赢局势是明摆着的：谨慎保价的是多数，保价后出事的是少数，即便“上当一回”，架不住全国快递业务庞大的基数数字，快递公司的保价业务总是稳赚不赔的。于此而言，有两个现实发人深省：一是快递业务飞速发展。7月25日，国家邮政局办公室发布了关于2019年上半年邮政行业经济运行情况的通报。通报显示，上半年国内快递业务量、收入分别完成2713.3亿件和2138亿元，同比分别增长25.8%和18.3%。在经济下行压力大的背景下，这样的成绩是尤为难得的。二是比在新浪黑猫投诉平台检索发现，快递保价里的纠纷还不少，涉及多家快递公司。消费者和快递公司之间的矛盾焦点往往在于赔偿标准，亦有少数干脆耍赖不予赔付。说句不好听的，“保价服务”似乎已经成了快递业野蛮利润的巨大增长点。

保价套路深，到处都是坑。一言蔽之，在于规矩不彰，规则不明。比如法律而言，如今的快递物流业务显然不能简单等同于传统的邮政业务。那么，《邮政法》第四十七条关于“保价”的规定就不适用于快递服务，而当前又没有其他法律法规对快递保价赔偿作出明确规定。最后，就是各快递公司自作主张制订了自家的赔偿标准，并以单方制订格式条款的方式印制在快递单上。尽管这种“家规”属于典型的霸王条款、其内容亦不具有法律效力，但在司法解释或判例没有明确说法的时候，买卖双方互掐之下还是能涨快递公司的“锐气”的。不少消费者说理无门，加之“默认勾选”的潜规则撑腰，鉴于上訴成本太高，多只能自认倒霉了之。长此以往，吃准了消费者的弱势心里，“保价”游戏的花样自然更是五花八门了。

当然，有人说《邮政法》不行还有《合同法》或者《消法》等。话虽如此，但以系统性、专业性法规规范行业权责关系，这是任何一个行业合规发展的必由之路。退而言之，对于快递公司自说自话的“家规”保价规则，市场监管等执法部门总该整肃市场，联合清理。无论是务实的约谈、抑或是长远的修法，面对“保价不赔”或“保价乱赔”等乱象，面对“足额赔偿”与“比例赔偿”的混乱，恐怕都不该总是袖手旁观。

名不副实的快递保价收费，不能沦为地鸡毛的闹剧。快递业自说自话的坏脾气，是该有人、有法出来管管了！

日常行为纳入个人征信系统？“征信”不能被滥用

■ 乔志峰 时评人

超七成人支持将日常行为纳入个人征信系统。日渐完善的个人征信系统正发挥着越来越重要的作用。日前，一些城市出台法规或草案，将越来越多的日常生活行为纳入个人征信系统，比如霸座、推销、跳槽、在地铁内饮食等。对此，有专家认为，对于纳入征信系统的个人行为，应该加以选择，把与个人信用真正密切相关的纳入进来。(8月1日央广网)

这么多人支持将日常行为纳入个人征信系统，或是出于对日常失信或不文明现象的深恶痛绝。人而无信、不知其可，作为个人，理应坚守诚信、善良等最基本的良知和底线。可是毋庸讳言的是，现在已经有越来越多的人感到了“诚信危机”的存在，也已经有越来越多的事例印证了“诚信危机”的普遍程度。这恐怕不仅是一个国民个人素质和思维惯性的问题，更是折射出整个社会“诚信体系的缺失”和“自我净化机制的不足”。全社会共同努力，重新构建更科学更合理的社会诚信体系和社会评价机制，已经刻不容缓。

将失信者纳入个人征信记录，应该属于构建社会诚信体系非常重要的一部分。有人认为，将更多领域乃至日常行为都纳入这个体系，让失信者付出代价，自己才会悚然而惊，时时处处严格要求自己，不敢再越雷池半步。这样的想法本身没有错。不过，不管什么事情都不能矫枉过正，更不能无限扩大化。事无巨细都纳入征信，未免有滥用征信之嫌。滥用征信，就等于没有征信，并且落实难度实在太大，不具备可操作性，即便耗费大量的人力物力财力，也难以方方面面都严格监控。如果最终偶然性太大，“征信是把锤，锤到谁谁倒霉”，只处罚少数倒霉蛋儿、大多数人还是我行我素，有什么意义呢？

笔者看了一下，被纳入征信系统的项目，有些本身就不合理甚至不合法。比如跳槽，劳动力市场实行的是双向选择，雇主可以挑选员工，员工也可以选择雇主。辞职、跳槽，是劳动者的基本权利和自主选择，跟个人信用无关，只要不违反劳动法规，其他人无权为其设置障碍，更无权干涉。劳动力的合理有序流动，能够激发市场活力和竞争，促使劳动力市场朝着更加规范、更加健康的方向发展。再比如闯红灯，属于违反交通法规的行为，怎么处罚有明确规定，只需严格执法、依法处罚就行了，无须对其施加超越法律的额外处罚。

因此，解决社会失信问题尽管很急迫，却不能激进、冒进，以免有违法治。否则，不仅收不到预期的效果，还容易带来副作用。另外，我觉得个人征信系统需要加强，企事业单位、政府部门、包括银行在内的垄断行业，其征信体系更需要健全，接受消费者和社会的监督。

“靠企吃企”该严查

■ 吴之如 文/画

《中国纪检监察报》近日报道，中央纪委国家监委发布消息，中国中信集团有限公司原党委委员、执行董事赵景文严重违纪违法被开除党籍，按规定取消其享受的待遇，涉嫌犯罪问题移送检察机关依法审查起诉。经查，赵景文损公肥私，贪占国有资产，擅权妄为，利用国有企业的信誉和地位大搞权钱交易。

“原委员”似乎将自己掌管的国企当成了他自己的家产，“损公肥私，贪占国有资产，擅权妄为，大搞权钱交易”，真是为所欲为，眼里心里全然没有党纪国法、人民利益，所思所



想，就是以权谋私、发家暴富。这样的人被拉下马来，理所当然。有道是：

全民资产被啃垮，“靠企吃企”该严查；人心不足欲吞象，腐败向来祸国家。

“乔碧萝事件”收官，审丑生意链咋办？

■ 渐渐 媒体人

8月1日凌晨，斗鱼直播平台就其平台主播“萝莉变大妈”事件发布处理公告，经平台调查核实，该事件系主播“乔碧萝殿下”自主策划、刻意炒作，并永久封停主播“乔碧萝殿下”直播间，下架所有相关视频，并关闭主播个人鱼吧。(8月1日《南方都市报》)

人生如戏，全靠演技。“萝莉变大妈”的戏码——你以为是穿帮的大妈傻，结果吃瓜群众才是最傻的一波韭菜。真相就是，事主“乔碧萝殿下”自称花28万炒作，露脸并不是平台的BUG，而是自己故意为之，就是为了出现话题和关注度。这网络盛世果真如其所愿：据了解，该直播间关停之前，“乔碧萝殿下”通过此次炒作已然收获了过百万的关注量。

人类语言已经概括不了眼球效应下的“审丑生意”了：弄丑、露拙、示弱、装弱，让围观者在虚荣的优越感里狂欢，最后，粉墨登

场的小丑在这场狂欢中收割沸腾的流量。究竟谁比谁傻呢？就像歌里唱的，“知道真相的我眼泪掉下来”。这羞愤的酸爽度，让人怀疑自己的智商。“乔碧萝事件”至少有两点启示：一是网红不都是“无脑”的，智商税防不胜防；二是直播这些APP娱乐，容易上瘾，但别入戏太深。

值得注意的是，平台方把责任推卸得一干二净，所谓“自主策划、刻意炒作”，大概是想撇清协助做戏的嫌疑；加上永久封停、下架所有相关视频等罚单，也能部分地止歇沸反盈天的舆情。不过，不管怎么说，丑闻是出现在自家平台上的，在分享了粉丝打赏的“赏金”之后摊手耸肩装没事人，这恐怕在情理上说不过去。更值得注意的是，如果没有制度约束与预防，封禁了“乔碧萝殿下”这一家，如何确保类似事件不会翻版重演？

这让人想起2004年左右的芙蓉姐姐，彼时还是“低端审丑”的年代，但网络推手这个职业已经显山露水。尝到甜头之后，后继者

就“突飞猛进”，比如凤姐、比如天仙妹妹，比如杨二车娜姆等，遗憾的是，她们的下场都很美好，有的移民海外，有的收获代言，有的成了秀场女王。至于网络推手这个行当，胃口越来越大、花活越来越多，终于弄成了“立二拆四”等典型案例。而今，“乔碧萝殿下”自称花28万炒作，那么，如果所言不虛，这背后的“审丑生意链”是不是该拎出来溜溜、顺带让法治的试纸检测检测？

说得更直白一些：“乔碧萝事件”貌似收官了，但其背后的审丑生意链还隐身着。一方面，要看看这个“接单”的链条创设过怎样的奇迹；另一方面，更要看看这个庆父不死的灰黑产业如何做着妖娆的生意。如果仅仅点到封禁“乔碧萝殿下”为止，估计我们都会深陷在网络舆论的漩涡而认知分裂——谁知道亲眼所见的网络生活，会不会是别人花钱炒作的一出？

修复网络信任，降低社会成本，就从挖开“乔碧萝事件”背后的审丑生意链开始吧。

以负责任的态度履行企业的社会责任

■ 李劲松 国企高管

中国铁路上海局集团有限公司官宣：7月27日起，沪宁城际铁路将开展电子客票应用试点。届时，沪宁铁路线上20个高铁站只发售电子客票，不再出具纸质车票。旅客可刷身份证等证件进出车站。纸质车票换成电子票，一个看似轻微的举措，却能赢得社会巨大反响。其中的缘由，归结一点，便是铁路企业切实履行着社会责任。

2017年施行的《民法总则》将社会责任的承担扩大至所有的营利法人，其86条规定，营利法人从事经营活动，应当遵守商业道德，维护交易安全，接受政府和社会监督，承担社会责任。显然，中国铁路积极履行国家法律赋予的义务，彰显铁路担当精神。

今年6月18日，中国铁路总公司经国务院批准同意改制为中国国家铁路集团有限

公司。改制前后最大区别之一是企业设立的法律依据不同，改制前的中国铁路总公司设立依据是《中华人民共和国全民所有制工业企业法》，改制后的中国国家铁路集团有限公司设立依据是《中华人民共和国公司法》，也就是说中国铁路已由“全民所有制”改为了“公司制”。原全民所有制企业履行社会责任是应有之意，但改为公司制后的铁路企业仍然没有忘记初心，在追求出资人利益最大化的同时，牢记使命，积极承担起社会责任。电子客票试点将带来旅客进出站、退改签、报销凭证领取等环节上的小变化。小变化彰显大作为，一个企业，只有承载更多的社会责任才是最有意义的企业。铁路企业，因始终履行着社会责任，就注定会始终成为时代关注的焦点，赢得社会热烈的反响，其在国民交通大动脉中的地位就始终不会轻易被削弱取代。

在近年和谐社会发展进程中，铁路一直待旅客如亲人，始终给文明旅客以热情的回报，给特殊旅客以春天般温暖，只有对待极少数不文明、不道德的旅客才“以其人之道还治其人之身”，维护了社会公众良好的出行秩序。如今，翘首以待的电子客票小举措，无不体现出铁路人的良苦用心：既彻底消除了“黄牛党”的生存空间与土壤，又维护了旅客购票交易的安全；既带给旅客新的出行体验，又节约了旅客出行的时间成本；既节约了票据的纸张成本，又减少对自然环境的伤害；既能够在细节服务中接受到社会监督，又能更好地传承铁路服务群众的本质，还能够时刻考验着铁路与人民群众的紧密关系。

不忘初心，牢记使命。铁路时刻以负责任的态度，切实履行企业的社会责任，当然成为新时代最美的风景。

便民服务 QQ: 3329295109 收费标准: 55元/行/天 (13字1行) 广告热线 028-69959066

中郡国际拍卖有限公司
 受委托人委托，我公司定于2019年8月13日10:00举办网络拍卖会，特此公告。
拍卖标的：北京某公司报废资产一批(保证金30000元)；
预展时间：由拍卖公司统一通知；
预展地点：标的所在地；
拍卖网址：www.zd168.com；
联系电话：13811061339 王先生；
公司地址：北京市东城区青龙胡同1号歌华大厦A座604
 ●注销公告：成都新瑞建筑装饰有限公司(统一社会信用代码915101085722528956)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
 ●双流县伊尚美发店，营业执照正本、副本(注册号:510122600472885)遗失作废

注销公告
 四川盛恒瑞建筑装饰工程有限公司(统一社会信用代码915100MA6CFPT46A)股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
 ●内县西源广告传媒有限公司(91510124667556074M)发票领购簿遗失，声明作废。
 ●成都大有荣成金融服务外包有限公司营业执照正本、副本(统一社会信用代码:91510107MA6A1RJPW9D)遗失作废。
注销公告
 成都佰艺恒智能科技有限公司(统一社会信用代码91510107698893137A)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
 ●成都市融弘典当有限责任公司(统一社会信用代码9151010709220537F)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
 ●成都中能创航能源科技有限责任公司营业执照正本、副本(统一社会信用代码:91510107350554847P)遗失作废。
 ●成都高奥科技有限公司营业执照正本、副本(统一社会信用代码:510107000043897)；(注册号:510107000043897)；(统一社会信用代码:510107797805008号)均遗失，声明作废。
 ●成都城铁建筑工程有限公司，方维伟，二级建造师注册证书(证书编号:00222932，专业:建筑)遗失，声明作废

注销公告
 成都东武普祥贸易有限公司股东会已决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区五块石路12号18楼13号向公司清算组申报债权。成都东武普祥贸易有限公司清算组2019年8月5日
 ●高新区食创手造餐饮店营业执照正本、副本(统一社会信用代码:92510100MA6DGG6G09)遗失，声明作废。
注销公告
 成都华恒文化传播有限责任公司(统一社会信用代码91510108592052129)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
注销公告
 成都中创航能源科技有限责任公司(注册号:510107000919536)经股东会决议

注销公告
 决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
注销公告
 四川海联投资咨询有限公司(统一社会信用代码915100066757727460)决定减少注册资本，由原241.435200万美元减少至41435200美元。请债权人自见报后45日内，前往四川省成都市武侯区科华北路58号1栋2单元14楼19号向四川海联投资咨询有限公司申报债权。特此公告。
 联系人:陈胤焱
 电话:13258307286
 2019年08月05日
 ●注销公告:成都易不园房地产经纪有限公司(统一社会信用代码91510107MA69Q2P617)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
注销公告
 晶本(成都)电子商务有限公司(统一社会信用代码915101066MA63SDY0XX)经股东会决定减少注册资本，由人民币50万元减少至10万元。请债权人自见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
 ●成都海辰便民药房有限公司股东会决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区一环北路三段123号向公司清算组申报债权。
 2019年8月5日
 ●成都恒恒科技有限公司(纳税人识别号:915101070669983010)通用手工发票(仟元版)25份(发票代码:151011471001,发票起止号码:00344151-00344175)遗失作废。
 ●注销公告:四川熙和昊然建设

北京阳光国际拍卖有限公司拍卖公告
 受委托人于2019年8月13日10:00在北京市海淀区阜成路58号新洲商务大厦803室，对北京市怀柔区湖光小区33号院梅苑4套房产进行拍卖。预展时间:2019年8月12日。预展地点:标的物所在地。预展联系人:孙女士13683695387,请务必提前联系。有意竞买者请于2019年8月12日12:00前将拍卖保证金人民币200万元(贰佰万元整)缴至拍卖公司指定账户(以到账时间为准)，并于2019年8月12日16:00前携带身份证证明到我公司办理竞买手续。拍卖公司地址:北京市海淀区阜成路58号新洲商务大厦803室;拍卖联系方式:010-88151360 孙女士
 工程有限公司(统一社会信用代码91510107MA6B3TBC19)经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权。
注销公告
 成都天博文文化用品有限公司统一社会信用代码9151010557229792XN经股东会决议决定注销，请债权人自本公告见报之日起45日内到本公司申报债权。特此公告。
 ●注销公告:四川遼逝之恋生物科技有限公司(统一社会信用代码91510108MA68E8BR4R)经股东会决议决定注销，请公司相关债权人于本公告见报之日起45日内到本公司办理相关债权债务事宜逾期按相关规定处理。特此公告。