

# 以“英雄”精神引领新时代

中国共产党百年华诞到来之际,经中共中央批准,“七一勋章”颁授仪式于29日在北京人民大会堂隆重举行。

崇尚英雄制度化,助力崇尚英雄成风尚。规范荣誉表彰是对荣誉的崇尚,法律保护英雄是对英雄的保障。党的十八大以来,更在党和国家功勋荣誉表彰制度上,进行了一系列创新性安排,分别制定党内、国家、军队3个功勋荣誉表彰条例,以“五章一簿”为主干的功勋荣誉表彰制度体系被确立——“共和国勋章”“七一勋章”“八一勋章”“友谊勋章”、国家荣誉称号,国家功勋簿。随着此次“七一勋章”的颁授,五大最高荣誉在中国共产党成立百

年之时,将全部颁齐。规范、权威的功勋荣誉表彰制度,充分发挥党和国家功勋荣誉表彰的精神引领、典型示范作用,让英雄的形象更加熠熠生辉,让英雄的效应更加气势澎湃。

见贤思齐、崇尚英雄、崇尚先锋是光荣传统。勋章是英雄的身份证,英雄是勋章的厚重内涵。从中国共产党第一枚军功章——红旗勋章到“坚决顽强”奖章到“解放华北纪念章”“解放东北纪念章”“解放西南胜利纪念章”;从“春耕模范”“苏维埃工作的模范”“扩红模范”“纺线能手”到嘉奖抗抗美援朝、工农建设典型如邱少云、黄继光、时传祥、李顺达等,

一枚勋章,沉甸甸,党的理念在中间。一枚勋章,光闪闪,党的理想放光芒。

中华民族是一个崇尚英雄,争做英雄的民族。中国共产党是一个激励英雄,英雄辈出的伟大政党。据不完全统计,从1921年至1949年,全国有名可查和其家属受到优抚待遇的党员烈士达370多万人。天地英雄气,千秋尚凛然。陈延年“革命者光明磊落、视死如归,只有站着死,决不下跪”;瞿秋白“为大家辟一条光明的路”;王进喜“宁可少活20年,拼命也要拿下大油田”;焦裕禄“心中装着全体人民”;黄大年“呼啸加入献身者的滚滚洪流”;王继才“守岛就是守国”;张富清60余年“深藏功

与名”;黄大发“水过不去、拿命来铺”的誓言;张桂梅扎根贫困地区40余年,创办全国第一所全免费女子高中,帮助1800多名贫困山区女孩圆梦大学,等等。伟大的事业需要伟大的精神,伟大的精神需要英雄引领。

百年授勋崇尚英雄,“七一勋章”无上光荣。“七一勋章”获得者是国家栋梁、民族先锋,也是社会楷模、行业翘楚,是新征程的榜样引领,激励我们见贤思齐,同心向党,创造出不负历史、不负人民、不负时代、不负英雄、不负伟大祖国的崭新业绩。

(据东方网)

## 不可小视外卖食品浪费

近日,国务院食安办、市场监管总局等五部门联合发布公告,督促生产经营者落实反食品浪费法律规定,依法严厉查处各类浪费食品的违法违规行为。公告要求,餐饮外卖平台要以显著方式提示消费者适量点餐、理性消费,向社会释放出像线下反食品浪费一样狠抓线上反食品浪费的信号。

**点评:**

外卖点餐环节的餐饮浪费问题不容小觑,只有及时有效遏制外卖浪费,才能形成反食品浪费的责任闭环,实现反食品浪费机制的全覆盖。这就要求餐饮服务经营者和餐饮外卖平台认真学习并落实好反食品浪费法有关规定,在平台页面上向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息,以显著方式提示消费者适量点餐。只有餐饮服务经营者和餐饮外卖平台多承担信息公开和提示责任,与消费者高效沟通,才有助于消费者作出合理判断,更好防止出现食品浪费。(据《经济日报》)

## 旅游者野外探险 须依法而行

近日,黄山市文旅局发布一则关于当地山岳型景区有偿救援的文件,并向社会征求意见。这份文件明确,旅游者不遵守当地旅游景区游览规定,擅自进入未开发、未开放区域陷入困顿或危险状态,属地政府完成救援后,由旅游活动组织者及被救助者承担相应救援费用。

旅游活动须遵循以人为本、生命至上、安全第一的理念,统筹发展与安全,野外探险旅游更是如此。这已是基本常识。旅游者野外探险旅游中,若人身受到侵害或者处于其他危险情形,负有法定救助义务的主体应及时履行救助义务,民法典和旅游法对此都有明确规定。其中旅游法更是将法定救助义务的保护范围进一步扩展到旅游者的财产安全。

与之相应,旅游者在人身、财产安全遇有危险时,有请求救助和保护的权利。以组团、俱乐部、车友会、协会以及其他形式组织团队旅游、自驾游、徒步骑行等野外探险旅游活动的,经营者、召集者、组织者应当具备必要的导向与联络、应急与救护等工具和设备,并以明示方式告知可能危及旅游者人身、财产安全的注意事项,这是民法典明文规定安全保障义务的当然要求。因此,野外探险旅游遇险时,旅游者有权依法请求相关主体及时履行安全保障义务和法定救助义务。

旅游法明文规定,旅游者接受相关组织或者机构的救助后,应当支付应由个人承担的费用。先救助后追偿,探险旅游者遇险接受救助后须支付应由个人承担的相应费用,实现了应急处置救援和事后追偿制度的有机结合。这一旅游救助费用分担规则体现了民法权利、义务与责任协调统一的法治思维,有利于提高公共救援资源利用效率,更好发挥政府的作用。野外探险旅游者权利、义务和责任协调统一的法治思维,是实现探险旅游活动中各方利益平衡的关键。(据《光明日报》)

## 拿日本福岛装“高档” 农夫山泉有点“土”



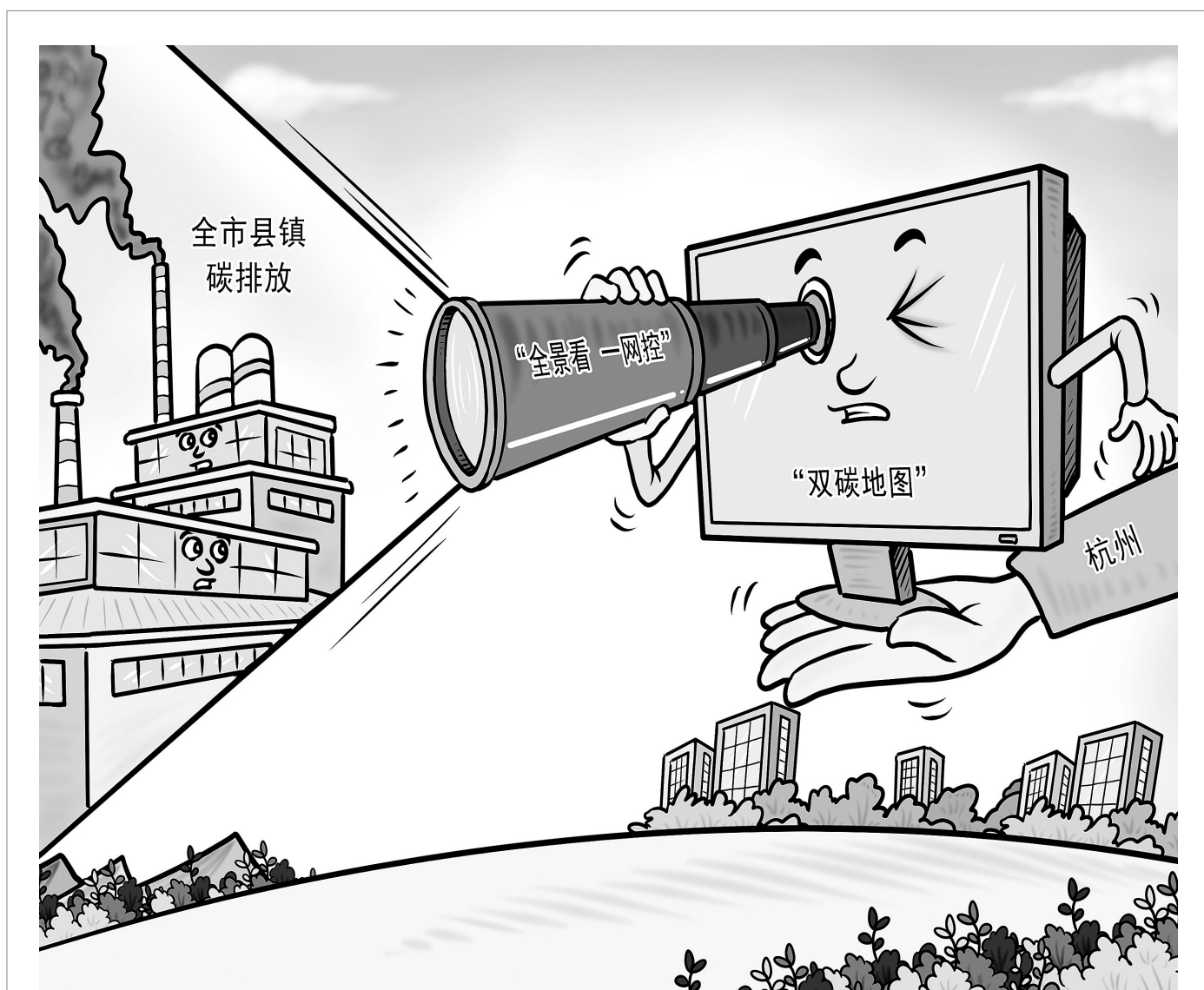
日前,农夫山泉拂晓白桃风味苏打气泡水在宣传时使用了“拂晓白桃产自日本福岛县”等字样,这一描述被质疑让消费者以为产品原料取材于日本福岛。农夫山泉回应称,研发人员依据拂晓白桃的独特风味,创制了类似拂晓白桃风味的产品,与拂晓白桃产地没有关联。配料中没有从日本福岛进口的成分,产品的标签标示符合相关法规要求,并无错误或误导。浙江省建德市市场监督管理局日前发布通报称,经核实,农夫山泉拂晓白桃风味苏打气泡水的生产原料无从日本福岛县采购的情况。

即使如此,仍旧没有平息网友争议。貌似理直气壮的回应,实则一次失败的舆论公关。因为相关事实非常清楚,农夫山泉在宣传文案中刻意强调了“拂晓白桃产自日本福岛县”,超市卖场堆头广告,也在强调“富冈县产相橘,福岛县产拂晓白桃”。农夫山泉若要拿福岛做卖点,怎能又怪消费者误读呢?

此次农夫山泉“翻车”,对类似商家也是一种警示。首先,不要试图欺骗消费者,更不要自以为打着打一手好牌擦边球,消费者没那么好糊弄了;其次,那种似乎只要和外国扯上关系,就显得更为高档一些的营销思路早该该换了。我们应该有我们的文化自信,外国的月亮并不比中国圆,不要动不动就拿一个外国地名,来冒充高档。消费者已经慢慢成熟了起来,商家不能还是那么幼稚。(据《北京青年报》)

**遗失声明**

银川市西夏区个体经营百胜商行不慎遗失开户许可证,证号:J8710011122001。开户银行:中国工商银行股份有限公司银川同心南路支行,账号:2902022509200028356。特此声明!



**“双碳地图”** 近日,通过上线“双碳地图”,浙江省杭州市实现了全市县镇碳排放“全景看一网控”,为实施节能降碳、推进重点领域绿色低碳转型提供助力。(新华社发)

## 片仔癀“一粒难求” 黄牛投机炒作的又一个把戏

近日,有消费者反映片仔癀近期价格大涨,从原价500多元一粒已经涨到980元一粒,在线下买需要排队且每人限购2粒,线上买也需要拼手速看运气。在线上已经有平台涨到1350元一粒,按一粒3克计算,单价已经超过当前黄金价格。记者电话询问了上海一家片仔癀体验馆,对方表示这个药之前并没有很多人购买,两三个月前,突然有黄牛开始大批购买,店铺无奈开始限购,只对会员老顾客开放。该人员表示,加价的都是黄牛。

作为历史悠久的知名中药,片仔癀最近剧烈的价格异动引发广泛关注。应该说,一系列连锁反应正在发生。“供不应求”的基本面下,片仔癀在线上线下都出现了抢购、缺货的状况;而与此同时,

二级市场黄牛大肆炒作、倒卖成风,证券市场相关公司股价一路飙升。从零售市场、二级市场到证券市场,短时间内爆发的、强烈的“同频共振”效应,是极不寻常的。片仔癀一粒难求的表象下,暗潮涌动。

片仔癀最近的“盛况”,很容易让人联想起最近两年的炒鞋热,其与更早之前炒虫草、炒藏参、炒手串等风潮,更是如出一辙。其操作手法简单粗暴,很好理解:首先,就是黄牛通过实体店排队、网购抢购、加价收购、“里应外合”等方式大量吃货、囤货;随后,在二手交易平台挂出高价出售;再接着,就是“自己买进”,通过左手倒右手的方式形成“高价成交记录”……布局至此,一再撩拨,市场情绪已经躁动起来,就等着接盘侠们上钩了。

我们知道,一个商品要能投机炒

作,必须具备几大要素:稀缺性,易储性,需求性。就此而言,片仔癀被黄牛盯上,并不奇怪。片仔癀从来都是“有限供应”,渠道专营,这客观上给黄牛“囤积居奇”提供了条件。除此以外,片仔癀保质期极长、保存成本极低,拥趸甚众……凡此种种因素,都使得片仔癀极易成为绝佳的“投机标的”。据商家介绍,“这个药之前并没有很多人购买,两三个月前,突然有黄牛开始大批购买”,足见投机炒作之来势汹汹。

就如同所有击鼓传花的游戏一样,吹起的泡沫终会破灭,最后的接盘侠将亏掉所有。面对投机资本几乎于明牌的这波操作,吃瓜群众一定要忍住贪念、管住手,不跟风、不参与、不接棒,毕竟“不赌就不会输”。(据《春城晚报》)

## ATM跨行取现降费是明智选项

日前,中国银行业协会、中国支付清算协会在银保监会和央行的指导下,联合发布《关于降低自动取款机(ATM)跨行取现手续费的倡议书》(下称《倡议书》),倡议商业银行和清算机构适当降低同城和异地跨行取现手续费,收费标准每笔不超过3.5元。根据《倡议书》相关机构会在一个月内实施该降费措施。

虽然是《倡议书》,但相信相关机构会将降低ATM跨行取现手续费落到实处。毕竟,在ATM机上取现的人已经很少了,移动支付已经成为通用的消费模式。市场消费端现金消费需求降低,取现诉求也就低了,ATM机的作用也就大大降低。但是,取现不能完全被取代,一方面,移动支付并不排除现金消费,而且消费场所若拒绝现金消费也是违法行为。取现具有传统货币仪式感,譬如,老年人逢年过节发给晚辈的红包,用现金才更喜欢体现中国传统家的味道。此外,老年人已经养成了现金消费的习惯,这部分群体也是取现和用现的主流。另一方面,随

着移动支付的流行,年轻人和老年人在支付上也存在“支付鸿沟”——老年人因为不熟悉不会用移动支付从而在现实消费中遭遇歧视难题。因此,现金取用的载体还得保留,那么取现的成本也应降下来。

ATM跨行取现降费有更深层次的意义。首先,ATM跨行取现迎来了移动支付时代,使用ATM跨行取现者大幅度减少。其次,当取现不再成为主流,ATM跨行取现的服务对象可能集中于不习惯或不会移动支付的特殊群体。如果ATM跨行取现不实施降费,可能连这部分群体都会失去。其三,随着数字人民币应用场景的扩大,传统的取现成本也应降下来。

按照银保监会有关负责人的说法,除了两亿多老年人,我国还有跨省及省内流动人口达3.76亿,这对于跨地域、跨行、适老化银行服务提出了新要求。与此同时,信息技术发展和系统管理集成化进一步缩小了同城、异地业务差异。拉平并进一步降低同城、异地ATM跨行取现手续费,将更好地满足广大人民群

众现金使用需求。所以,无论从社会意义还是薄利多销的市场利益,ATM跨行取现降费都是明智选择。

按照《倡议书》,鼓励各银行和清算机构适当降低同城ATM跨行取现手续费,收费标准不超过3.5元/笔。其中,发卡行减半收取手续费,收费标准不超过0.2元/笔;清算机构减半收取网络服务费,收费标准不超过0.3元/笔;布设ATM机具的收单行手续费标准不变,为3元/笔。《倡议书》同时鼓励发卡行不再按取款金额一定比例收取变动费用。异地ATM跨行取现手续费的固定费用标准与同城业务一致,不超过3.5元/笔。《倡议书》实施后,据初步测算预计降费让利规模约为每年40亿元。

《倡议书》不仅仅是两个协会发布,也有银保监会和央行的指导,那么这就意味着《倡议书》市场决定和政策引导的双重性,相信有关方面一定会按照《倡议书》的要求,经过一个月的过渡期后落实好降费措施。(据《北京青年报》)

## 薪水可保密 制度要公开

如今,“密薪制”已是不少企业、单位的一项重要管理制度,不相互打听工资更是职场里心照不宣的“潜规则”。最近,一位自称在互联网企业工作的网友发帖“诉苦”:就因自己前一天在办公室问同事工资,后一天就收到人力资源部门通知辞退,他觉得很是委屈。

**点评:**

“密薪制”的核心思想是“个人工资保密,薪酬体系公开”。不少员工只知道自己的工资多少,却不清楚这份工资是如何“算出来”的。这时,打听同事的工资就成了最为直观方便的参照方式。其实,因薪酬保密引起的纠纷,很大程度上是用人在管理上缺乏边界与力度。在有明确规定下,员工私下打听同事工资固然有些不妥,可以给予适度的干预与警告。“密薪制”不能只看到“密”字,更应明确“薪制”。用人单位要做到薪酬制度、等级、标准公开公平公正,“密薪制”才能更有说服力。同理,将标准制度列得清清楚楚,能更好地调动员工积极性之余,也是防止有人利用密薪来暗行腐败的有效途径。聪明的企业,应是利用好薪酬保密制度,实现有效激励,与员工共赢。(据《广州日报》)

## 万物皆可“被雪糕”? 旅游文创不是跟风

近几年来,文创雪糕成为景区文创新宠,随着夏季到来,各地文创雪糕纷纷“出圈”,引来打卡热潮。相比市面上的普通雪糕,文创雪糕的价格不算低,在口感和品质上却良莠不齐。

**点评:**

必须承认,最初推出的文创雪糕,的确极富创意。第一个“吃螃蟹”的是英雄,首推文创雪糕的景区值得点赞。然而,假如各景区争相仿效,文创雪糕不仅毫无创意可言,而且会变得越来越俗气。游客多次接触后就会感到腻味,跟风的景区多了,甚至会让游客大倒胃口。跟风、照抄不是创新,新颖与独特才是创新的底色。因此,旅游文创不仅不能“抄作业”“吃剩饭”,而且最好让别人难以抄袭。每个景区的历史与文化各不相同,完全可以结合景区的独有特点,推出富有创新和独具特色的文创产品。只有景区的文创产品琳琅满目且各不相同,方能大幅提升景区的文化品位,让景区给游客带来不同的感受和体验。这样的旅游文创才为游客所期盼,也才能持续挖掘出景区的发展潜力。(据《北京青年报》)

## 理财产品销售 “划”红线更要“守”红线

禁止误导销售、禁止虚假宣传、禁止强制捆绑搭售、禁止违规代客操作……银保监会出台的《理财公司理财产品销售管理暂行办法》日前正式实施,《办法》为理财产品销售划出18条红线。

**点评:**

红线划得出更要守得住。当前,正值银行理财产品转型的关键期,打破刚性兑付、产品从预期收益型转向净值型,银行和理财公司面临着不小压力。但越是这样的时刻,越要不折不扣地落实监管要求,压实责任,确保业务的每一个环节依法合规。银行和理财公司要抓紧提升专业能力,丰富产品供给,比如,在不能推出“保本”理财产品的背景下,提升产品创新能力,满足客户不同风险收益偏好等。监管部门要用好监管利器,防范新规下的擦边球现象,对踩线、越线行为,重拳打击,不能手软,让红线真正成为带电高压线,打造风清气正的行业环境,守护好百姓的钱袋子。(据新华社)

## “一根眉毛88元” 依法严惩“害群之马”

近日,杭州的郑先生去一家美发店理发,被推荐做了修剪,结果在结账时傻了眼:眉毛按根算,一根88元,一共修了53根眉毛,店家优惠后郑先生支付了4664元。杭州市余杭区市场监督管理局发通报称,该男子的纹眉消费是在涉事美容美发店未明码标价情况下发生的,已责成该店停业整顿并对其价格等问题立案调查。

**点评:**

一根眉毛88元,几乎和轰动一时的“青岛大虾”事件如出一辙。“88元眉毛”事件挑掉了社会的常识常情管理和公众的生活经验。监管部门责令停业整顿、立案调查,自然情理之中。这种套路消费者的行为践踏了诚信底线,严重侵害了消费者的合法权益,理应依法严惩,以儆效尤。依法严惩“害群之马”,也是捍卫行业形象,净化市场生态。如果类似乱象得不到惩戒,有可能向违法犯罪方向发展,应引起监管部门高度重视。(据《春城晚报》)