

能人返乡大有可为

乔金亮

谁来建设乡村?近日,农业农村部等九部门印发的《“我的家乡我建设”活动实施方案》提出,组织农民在乡建设、倡导大学生到乡建设、动员能人回乡建设、吸引农民工返乡建设、引导企业家入乡建设。文件明确,鼓励引导退休干部、退休教师、退休医生、退休技术人员、退役军人等回乡定居,引发社会关注。

随着青壮年劳动力外出务工,“谁来种地、怎么种地”成为农业领域的难题。与之类似,随着高素质人才离村进城,“谁来建设村庄、怎么建设村庄”也成为农村领域的难题。乡村发展要有资金、技术、管理、服务,这些都离不开人才。然而,由于城市的虹吸效应和乡村的相对弱势,农村长期缺人、缺活力。农民是乡村建设的主体,但单靠留守农民,已经无法适应乡村高质量发展的要求,必须加入新鲜血液。

现在的城里人,往上数三代,大多来自农村。桑梓情深,只要有机会,很多人都想回乡待一待。其中不少人既有经济实力,也有开阔视野,还有专业知识或实践经验。对他们来说,选择回乡入乡,既有事业发展和价值实现的现实考虑,也有反哺乡里、回报家乡的情感寄托。可见,乡情牌、乡愁牌打好了,渠道疏通了,积极性调动起来了,待一待就会变为待得住,对乡村振兴将发挥大作用。

这些能人,有城市退休人员、企业家,也有大学毕业生、农民工,出身、能力、阅历、理念虽各有差异,但并不妨碍“聚天下英才而用之”。他们将是农村的新细胞,带来乡村新业态。伴随农村社会从封闭走向开放,越来越呈现半熟人社会的特征。顺应这种趋势建设乡村,就要以乡情乡愁为纽带,以在村农民和在外老乡为主体,让更多在外能人想干事、能干事、真干事、干成事,让更多在外能人想回来、回得来、留得住、干得好。

吸引能人回乡入乡,要稳定预期。各地要明确政策措施和服务事项,实行清单引导,让建设家乡的各方人士稳得住、有期待、有保障。要畅通回引渠道,强化政策引导,营造共同规划家乡、建设家乡、服务家乡的氛围。公共财政应进一步支持农村养老、托育、医疗等公共服务,持续改善村容村貌,优化农村营商环境,把回乡路上的路障挪开,让企业家愿意回乡投资、让农民工有条件就地就业、让大学生有动力回乡创业、让退休人员有机会发挥余热。

用好回乡入乡能人,要互利共赢。农村的资源天然属于农民。各类主体回乡入乡必不可少要与农民打交道。传统乡村崇德向善,现代乡村也要见贤思齐。此处之“贤”包括能力和品行,这也是可衡量的。标准就是,能不能在产业发展上与农民互利共赢、共同发展,在公益事业上重义轻利、舍利取义,通过投工投劳、志愿服务、投资兴业、捐赠认建等适宜自身的方式参与乡村建设,给乡村发展带来宝贵增量,给农民增收带来崭新空间。

要注意的是,无论何人返乡何时回乡,都要遵守底线、不逾红线。依据法律法规,宅基地属于农民集体所有,城市居民不得在农村购买宅基地。因此,符合条件的城市人员可以继承农民房屋,但不能买卖或继承宅基地。政策允许城里人通过租赁、入股等方式到农村发展乡村旅游、康养服务等,但不是让城里人到农村买房地,甚至建别墅大院、盖私人会馆。当然,如有发展民宿产业等需要,可以租赁农民房屋或与村民合作建房等。同理,在流转承包地方面,要警惕在企业家人携资本入乡过程中出现的“圈地”现象和耕地“非农化”问题。

制造“视觉贫困”本质是卖惨营销

孔德洪

倘若你经常上网,一定刷到过这样的视频或直播:祖孙二人住在破败的小屋里,生活很凄惨;姐姐辍学,和弟弟在家天天吃土豆;女孩每天放学后捡瓶子,卖钱交学费……你可能为此感动不已,想过捐钱捐物,甚或购买视频或直播里的商品支持一下。但如果告诉你,有专业的“摆拍”团队在制造这类视频和直播,里面的人并不贫困,你会不会感觉上当受骗?

近日,四川省凉山州警方查获了多起制造“视觉贫困”的案例。这些视频和直播,并非反映真实的悲惨境况,而是有脚本有演员,从策划到营销,可谓处处皆套路,旨在博取同情、斩获流量并带货赚钱。

网络时代,直播带货想要吸引眼球扩大影响,本无可非议。但对流量的利用和追逐应当有底线,靠卖惨博同情带货,太不厚道。这些虚假“视觉贫困”消耗了公众的同情,消耗了网友的善意,还会让不了解真相的人对扶贫成效产生质疑,实则是对脱贫攻坚成果的抹黑和对广大脱贫干部的侮辱。

这些“视觉贫困”谎言也给当地群众带来了持续的伤害。可以想象,这些博主为了带货,打着当地某种水果、蔬菜滞销的旗号,骗取网友下单购买,实际发出的却是外地货,导致真正的农特产品销路受阻。因此,举报发布“视觉贫困”谎言的博主,不仅是维护农户和广大网友权益,也是在捍卫真相和正义。

这些虚假“视觉贫困”本质上是一种刻意的卖惨营销,已超越了网络乱象的范畴,涉嫌虚假宣传和侵害消费者知情权、公平交易权,依法治理和打击势在必行。最近,多个短视频平台发布通知,打击卖惨带货、演戏炒作卖货等违规行为。相关部门也展开了清朗专项行动,严厉整治自媒体搭热点吸粉、制造热点追求流量变现等行为,并取得了一定成效。近日,南京市中级人民法院对一起直播“卖惨”纠纷作出终审判决,责令主播及其公司“假一赔三”,起到一定震慑作用。一些拥有大量粉丝和影响力的博主已经受到行政拘留等处罚,一些涉及“视觉贫困”的账号也被关闭。然而,仍有一些粉丝量和影响力较小的账号活跃于网络空间,不断利用“视觉贫困”手法欺骗网友;而一些受到处罚的账号则更换“马甲”,卷土重来。

让那些“视觉贫困”的视频和直播不再招摇撞骗,网络平台作为信息发布方和集散地,要自觉承担起社会责任,强化用户监管和信息审核职责,综合运用大数据检索、人工筛查等手段,采取删除、限流、封号或禁入等措施,及时甄别并清除虚假摆拍、网络诈骗等行为。执法部门也要重拳出击,一方面让监管长出“牙齿”,严厉打击制造“视觉贫困”行为,使违法者付出应有代价,另一方面提高公众的媒介素养和辨识能力,提醒网友警惕虚假信息,共同维护网络环境的健康和正常发展。

消灭“视觉贫困”造假,还有赖于为乡村注入活力,提供更多机会和资源,让人们真正感受到脱贫致富的成果。只有通过真实的努力和实际的帮助,切实改善民生的生活状况,推动社会的进步与发展,才能让虚假“视觉贫困”无处遁形,失去生存土壤。

理性看待印花税减半后股市反应

默达

8月28日是证券交易印花税减半征收的首日,A股三大指数开盘暴涨超5%,收盘时涨幅缩至1%左右,3600支个股飘红,但“千股涨停”并未复现,股价波动引发社会广泛关注。

证券交易印花税是专门针对股票交易发生额征收的一种税。由于对涉及股票凭证的每笔交易都要征税,对交易频率和市场情绪有着较强影响。此时降低这部分税费,反映出政策层提振资本市场的信心和让利于股民的决心。据统计,如果按照2022年证券交易印花税的收入计算,此次印花税率减半全年或将让利投资者超千亿元。

股价高开高走,对市场信心是一次检测。从历史上十余次调整经历来看,每次下调印花税率,伴随的往往是资本市场的有效提振和投资者信心的持续恢复。然而,积极预期的释放并非一朝一夕,而是一个循序渐进的过程。必须看到的一点是,自7月中央政治局会议提出“活跃资本市场,提振投资者信心”以来,证监会已出台一系列具体举措,也曾对调整印花税率的市场传言有过积极回应。可以说,调整印花税率一直是政策“工具箱”中的备用选择之一。

依据经济学的理性预期理论,若刺激政策处于公众的预期范围内,短期看涨能力的释放会有所收敛。从近期股市走向来看,在政策调整前一周内,作为“风向标”的证券板块已有异动,在低位时释放了部分积极预期。国际国内突发事件也使得市场波动频繁,短期的股价

震荡符合规律,不应因此动摇“稳中向好”的基本判断。理性看待证监会“一揽子政策”的刺激作用,应着眼中长期预期。减半征收印花税率,目标是短期内让资金“活起来”,交易“热起来”。截至下午收盘,A股实时成交额超11000亿,较上一交易日增长3600亿,可以说起到了阶段性的效果。但根据既往经验,单靠降低印花税率拉动大盘还不够,必须配合其他政策落实,方可在中长期调控中发挥更强作用。

活跃资本市场,资金量和交易量缺一不可。而政策刺激下的股价上探受限,与北向资金持续流出无关系。把稳“资金盘”,引得“活水”来,在后续的政策调整中仍占有极为重要的地位。事实上,与印

花税率同样备受关注的,还有“阶段性收紧IPO节奏”和“从严限制减持总量”两项重磅举措。前者旨在限制“炒新股”对于资金流的无度抽取,后者则瞄准大股东“拉高出货”“割韭菜盈利”的行为,目标都是让中长期资金“引得进”“留得住”,让“慢牛”拉动资本市场持续向好。

政策利好已然明朗,接下来要做的是给市场更多适应的空间,给投资者更多调整预期的时间。事实证明,健康的投资环境离不开理性的投资者,打好资本市场政策组合拳,最终目标应是为实体经济发展调配资金,为推动消费注入活力。近期,市场还将迎来上市公司中报“集中披露期”,扶优限劣,让资金流到该去的地方,方才是将政策红利落到了实处。

对于保险公司而言,免费赠险的核心目的不是销售这一单保险,而是为了和客户建立联系,有利于下一步继续推销产品。因此,在产品与定价方面,保险公司应根据不同人群的特征和需求,研发差异化的产品,并且实现不同地区、不同人群的差异定价。在满足客户需求的同时,提升自身硬实力,实现利润增长,避免因短期利益而损害了保险公司的信用和形象。此外,在服务上,保险公司要秉持以“客户为本”的原则,从“客户需求”出发,用软实力增强客户的黏性和公司

的品牌影响力,而不该是“耍心眼”“抖机灵”。同时,也要加强对保险销售人员的培养,保证其以专业、真诚的素养面对客户,不忽悠、不推脱,做好售前咨询、售中服务、售后理赔工作。总之,在维护公司利益的同时,也要保障客户利益,只有把握好两者间的平衡点,保险业才能实现可持续发展,并赢得消费者的信任与支持。

同时,也要提醒消费者,对不了解的免费赠险要格外小心,切勿贪图便宜。消费者在选择保险产品时应根据自身的实际需求和经济支付能力的同时,不要轻信销售人员的承诺,轻易投保。而且消费者在投保时应全面仔细阅读保险条款,充分了解保障范围、保险权益和保额保费等详尽信息,保护自己的合法权益。

免费赠险不是“馅饼”

武亚东

随着互联网金融多元化的发展,保险业务的推广模式也日新月异,保险行业的一种免费赠险行为引起了社会的广泛关注。免费赠险的出现,是保险公司在激烈竞争中寻求新客源的营销手段。一些保险公司将低保费、低保额、高免赔的医疗险、重疾险或免费赠送的低保额、高免赔重疾险作为“引线”保险方案进行获客,而后再引导消费者升级保单,从中获利。

免费赠险看似是为消费者提供了一个免费试用机会,但实际上,消费者在领取这类赠险时,往往并不了解其中具体条款或隐性规定。在保险产品试用期结束后,消费者在未被告知的情况下,产品自动续保并且被扣取高额保费。还有一些消费者在不知情的状况下被强行赠险并领取成功,这无异于

通过诱骗方式剥夺了消费者的知情权和公平交易权。

在这一交易过程中,保险公司有责任将赠险的相关条款和规定清楚地告知消费者,让消费者在充分了解相关条款和隐性条件后进行选择。但现实情况却是,许多保险公司为了和客户建立联系,有利于下一步继续推销产品。因此,在产品与定价方面,保险公司应根据不同人群的特征和需求,研发差异化的产品,并且实现不同地区、不同人群的差异定价。在满足客户需求的同时,提升自身硬实力,实现利润增长,避免因短期利益而损害了保险公司的信用和形象。此外,在服务上,保险公司要秉持以“客户为本”的原则,从“客户需求”出发,用软实力增强客户的黏性和公司

的品牌影响力,而不该是“耍心眼”“抖机灵”。同时,也要加强对保险销售人员的培养,保证其以专业、真诚的素养面对客户,不忽悠、不推脱,做好售前咨询、售中服务、售后理赔工作。总之,在维护公司利益的同时,也要保障客户利益,只有把握好两者间的平衡点,保险业才能实现可持续发展,并赢得消费者的信任与支持。

同时,也要提醒消费者,对不了解的免费赠险要格外小心,切勿贪图便宜。消费者在选择保险产品时应根据自身的实际需求和经济支付能力的同时,不要轻信销售人员的承诺,轻易投保。而且消费者在投保时应全面仔细阅读保险条款,充分了解保障范围、保险权益和保额保费等详尽信息,保护自己的合法权益。

唱响“三支歌” 砥砺“三颗心”

李思捷

“青春由磨砺而出彩,人生因奋斗而升华。”习近平总书记的殷殷嘱托,在青年一代心中引起强烈共鸣,也给广大党员干部特别是年轻干部以极大鼓舞与深刻启迪。

唱响“信仰之歌”,砥砺“矢志不渝跟党走”的初心。坚定的理想信念是青年健康成长的先导,青年理想远大、信念坚定,是一个国家、一个民族无坚不摧的前进动力。一百多年来,多少枪林弹雨、多少壮怀激烈、多少勇毅前行,中国青年为理想、为人民、为可爱的中国,始终赤诚奉献、矢志不渝。年轻干部要在学懂弄通做实习近平新时代中国特色社会主义思想上下功夫,深刻领悟捍卫“两个确立”、做到“两个维护”的意义。听党话、跟党走,心怀“国之大者”,牢记党和国家赋予我们的职责使命,执着于伟大事业,报效国家,服务人民,让青春充满真理的力量,让真理在青春的奋斗中迸发出更为强劲的伟力。

唱响“担当之歌”,砥砺“咬定青山不放松”的决心。习近平总书记对河南安阳林州市红旗渠纪念馆考察时曾指出,“年轻一代要继承和发扬吃苦耐劳、自力更生、艰苦奋斗的精神,摒弃骄娇二气,像我们的父辈一样把青春热血镌刻在历史的丰碑上。”年轻干部要继承革命先烈精益求精、坚守奉献、兢兢业业的优良传统,学习他们不怕困难、奋发向上的精神品质,把实干作为终身追求,学习工作方法、积累工作经验,不断开拓进取、勇于攀登,用“功成不必在我,功成必定有我”的决心,勇担时代使命,艰苦奋斗、自力更生、淡泊名利,用奉献与责任绘就家国担当,让青春在党和人民最需要的地方绽放绚丽之花。

唱响“创新之歌”,砥砺“长江后浪推前浪”的信心。青年是社会上最富活力、最具创造性的群体,理应走在创新创造前列。习近平总书记指出:“千百年来,青春的力量,青春的涌动,青春的创造,始终是推动中华民族勇毅前行、屹立于世界民族之林的磅礴力量。”年轻干部在立足本职岗位,提升专业素养、锤炼过硬本领的同时,更要守正创新、奋勇争先,努力成为行业骨干、青年先锋,在改革开放和社会主义现代化建设的大熔炉中,掌握真才实学,增益其所不能,努力成为可堪大用、能担重任的栋梁之材。要敢想敢干、敢打敢拼,用好改革这把开山斧,把更多的不可能变成可能,为高质量发展开辟一条光明大道。

全力守护

开学在即,公安部交管局8月29日部署各地公安交管部门加强新学期学生交通安全管理工作,全力守护学生上下学交通安全。

新华社发 朱慧卿作



“爱因斯坦的脑子”为何热销

夏熊飞

据《光明日报》报道,最近一段时间,热衷于情绪价值的年轻人带动出现了多种虚拟商品新形式,形成了“疗愈经济”的独特产业,比如“情感树洞”“好运喷雾”“骂醒恋爱脑”“虚拟蚊子”“爱因斯坦的脑子”。网购平台的数据显示,价值0.5元的“爱因斯坦的脑子”月销量近5000单,价值0.1元的“虚拟蚊子”也拥有上百单的销量。

从媒体报道来看,一家售卖“爱因斯坦的脑子”的电商店自称“拍下后自动长到你大脑上,买过的都说好用”。下单的年轻人当然知道购买“爱因斯坦的脑子”并不会产生什么实质性的效果,可除了跟风、好玩,更多人购买的或许是一种自我疗愈与慰藉。“年轻干部在立足本职岗位,提升专业素养、锤炼过硬本领的同时,更要守正创新、奋勇争先,努力成为行业骨干、青年先锋,在改革开放和社会主义现代化建设的大熔炉中,掌握真才实学,增益其所不能,努力成为可堪大用、能担重任的栋梁之材。要敢想敢干、敢打敢拼,用好改革这把开山斧,把更多的不可能变成可能,为高质量发展开辟一条光明大道。”

在很多父辈的观念中,身体无病无灾就是健康。实则不然,心理、情绪状况其实也是衡量一个人是否健康的重要指标。有不少年轻人身体健康健

康,但心理问题却令人担忧,抑郁、焦虑等问题缠绕着他们。当下,年轻人往往倾向于在大城市打拼,脱离了“熟人社会”的他们,能用来调适情绪、自我疗愈的手段与渠道相对匮乏。他们转而通过虚拟商品来解决情绪方面的需求,可谓再正常不过。

对于年轻人追捧“疗愈经济”的做法,全社会不妨有更多尊重,对于“好运喷雾”“虚拟蚊子”“爱因斯坦的脑子”等千奇百怪的虚拟产品给予更多包容,让年轻人的情绪有更多安放之处。

与此同时,也要剖析现象背后的成因,有针对性地帮助年轻人纾解情绪方面的困境。在鼓励年轻人奋斗打拼的同时,为他们的成长成才创造更加公平公正的良好环境;在教育、医疗、住房等事关年轻人福祉方面,出台更多优惠举措,在他们初入社会、拔节成长的起步阶段“扶一把、送一程”。

另外,“疗愈经济”走热的背后,其实也暗藏不小风险,如“情感树洞”“骂醒恋爱脑”等线上服务可能涉及个人信息泄露,甚至引发网络诈骗等违法犯罪行为。因而,对于新兴的“疗愈经济”,也应加以规范管理,不能任其野蛮生长,立好规矩,“疗愈经济”才能实现良性发展。