



故宫的管理,光有情怀不够。还要有舍弃自己的方便、拿自己开刀的勇气,还要有一视同仁织密管理之网的责任感以及慎始如终、百密无疏的制度执行力。

——梁勇。3月16日晚,一男子驾驶白色小车顶开故宫博物院东华门,并强行驶入,导致一枚门钉及金属门销脱落。接报警后,警方迅速处置,将该人当场抓获。

人权不是虚伪和粉饰,不是精巧的政治算计,而是稳扎稳打,脚踏实地;实现人权,不能靠盘算着贬低别人来获得安全感,安全感来自光明磊落、问心无愧;国家人权的影响力,不是靠霸权的垄断,而是靠正当合理且有道德权威感的政治价值观和在现实中一致践行。我们真诚希望美国能够反躬自省,使人权远离政治化、工具化和意识形态化,让美国人民和世界人民都能切实地享有人权。

——周力。近日,国务院新闻办公室发表《2019年美国侵犯人权报告》,以大量公开的数据、报道及研究成果,客观揭示美国持续性、系统化、大规模侵犯人权的事实,包括贫困、严重贫富分化、金钱政治、暴力犯罪、社会排斥和歧视、种族对立、仇恨、宗教不宽容、发动战争等方面。美国的这些人权问题不仅多年来未获改善,却一再持续、加深,已经很难让人将之与“自由的乐土”“民主的灯塔”联系起来。



## 【本期话题】

### 消费券

为应对疫情对消费的冲击,多地推出了不同形式的消费券。如山东济南推出2000万元文旅消费券,浙江省将推出总计10亿元文旅消费券,南京发放3.18亿元消费券,长沙、广州开始补贴汽车消费,河北、四川等地鼓励发放消费补贴。对此,你怎么看?

## 【议论纷纷】

@扶苏:在金融危机时期,杭州和成都均发放了消费券,被认为直接带动了当地社会消费品零售总额增速的迅速反弹;最典型的是全国推出的家电、汽车下乡政策,虽然不是“券”的形式,但通过补贴刺激了社会消费,而且也有效撬动了农村市场。类似的经验表明,消费券对特定领域的支持较为精准,而且也容易见到效果。

@美乐蒂:地方出台政策要把握好两个方面的问题:一要考虑地方的财政承受能力;二要让市场主体和广大人民群众真正受益,真正把好事办好。

@思怡:消费券固然见效快,但它只是一次性消费,对居民的“钱袋子”实际作用不大。因此,相关部门在提振需求之外,还应该从供给侧方面深度发力,特别是在疫情防控最吃劲的时候,继续推动复工复产,保证产能恢复,稳住就业岗位,为消费提供源源不断的支持。

@同花顺:如何精准刺激消费、提升经济,体现了一个城市的管理和科技水平。

本期话题下期继续

# 疫情防控 要善用失信惩戒

□扶青

为积极应对新冠肺炎疫情,江苏省发展改革委明确通知,对隐瞒病情、在疫情严重地区旅居、与患者或者疑似患者接触等情况,或者有逃避医学观察、隔离治疗等行为的,除依法严格追究相应法律责任外,认定为失信行为,依法予以惩戒。

(据《人民网》)

信用既包括平等民事主体间的民事信用,也包括民事主体与行政主体间的管理信用。疫情期间如实申报,是每个公民的义务,那些刻意隐瞒的行为不仅触犯了法律,更是典型的失信行为,进行失信惩戒理所应当。

“祸莫大于不信。”从实际效果来看,失信惩戒作为法律的有益补充,可以释放出更加强大的威力。在江苏之前,各地已经普遍将其纳入了失信管理,如上海市明确在追究妨害传染病防治罪之余,采取失信

惩戒措施;浙江省人大常委会更是紧急立法,授权县级以上政府采取临时性应急行政管理措施,将个人列入社会信用黑名单……这些措施有效打击了一些人的侥幸心理,使人们认识到恪守诚信、主动配合,才是防控疫情的正确态度。

与各地相比,江苏的这个规定更全面、更综合。除了上述行为,对口罩、温度计、消毒液以及重要生活物资中不明码标价、哄抬物价、囤积居奇、垄断经营、趁火打劫等失信行为,规定列入失信记录。对在疫情中作出贡献的,则纳入守信行为记录。显然,这更加符合实际,因为一些个别行为还没达到触犯法律的程度,但是造成了很坏的影响,破坏了疫情防控大局。对其进行处罚,是群众的心声,也是疫情防控的需要。

江苏这个规定的另外一个特点,就是以事实为依据,区分

了失信类型,并留下了豁免通道。疫情发生后,许多中小企业深受影响,出现了一些合同纠纷、金融债务违约、未及时纳税和交纳社会保险费等行为。对这些现象,不能简单地认为是失信,而是要充分考虑不可抗力。江苏省发改委规定,实施宽严相济、一企一策措施,开通信用修复“绿色通道”,全面落实失信企业信用修复全程网上办理,正视了企业的诉求,保护了企业的合法权益。

疫情是一面真实的镜子,既能照出公民个体的担当作为,又能照出公民个体的诚信底色。今年是《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》的收官之年。不诚信的例子,让我们清醒地意识到,人无信不立,业无信不兴,国无信不强。接下来,仍需要进一步构建起社会信用体系,只有让诚实守信成为全社会共同的价值追求和行为准则,才能凝聚起社会道德的正能量,凝聚起抗疫合力!

## 监测涉“野”交易广告要打持久战

□丰收

对这一违法行为依法作出处罚。同时各地还采取了其他行动,例如北京市场监管部门发布的《关于疫情防控期间规范广告活动的提醒告诫书》指出,禁止为违法出售、购买、转让野生动物制品发布广告。

各地治理涉“野”交易广告,对于遏制野生动物违法交易、培养健康消费习惯、防止滋生和传播疫情,无疑具有重要意义。因为这种广告,一方面会宣传、诱导消费者滥食野生动物;另一方面也为非法捕猎野生动物提供了一种信息,比如非法捕猎者看到这种广告可能供货上门。所以,国家11个部门要求对涉及非法野生动物交易广告等开展监测。

开展监测的目的是及时发现、查处非法野生动物交易广告,尽最大努力压缩非法野生动物交易空间。笔者以为,这种监测无论是线下还是线上都是一种考验。先说线下监测,由于涉“野”交易广告有的会发布在餐馆内外,有的发布在其他分散的场所,所以各地基层有关方面既要有充足的监测力量,也要发动群众进行监测。

开展线上监测同样需要相应的监测人员。如今移动APP、自媒体账号、社交媒体以及各种网站多如牛毛,而且一些网络广告比较隐蔽,如果监测不到位,就给了一些人发布非法广告、进行违法交易的机会。目前虽然已立法全面禁止非法野生动物交易,但人工繁殖的很多野生动物被禁止交易后,养殖者面临损失,可能通过广告带动交易来减损。

监测及查处涉“野”交易广告,不仅是新冠肺炎疫情防控期间的一项重要工作,还应该作为一种“持久战”来打。只有持之以恒针对涉及非法野生动物交易广告进行监测,不给违法行为任何抬头的机会,才能巩固疫情期间治理效果,形成良好的环境。

做好广告监测工作,是查处违法广告行为的前提。凡是监测发现的违法行为,有关方面要依据《野生动物保护法》《广告法》从严从重查处,因为这种行为容易滋生疫情,关乎公众生命健康。《野生动物保护法》规定,禁止为违法出售、购买、利用野生动物制品发布广告。而《广告法》第五十七条则规定了具体处罚尺度。希望开展广告监测能为从严执法提供支撑。

## 疫情下的营销吃相太难看

□王言虎

人物。而这一切都只是因为利益。现在疫情在全球蔓延,留学生、海外华人的境遇备受关注。部分自媒体本就逐流量而居,自然不会错过这一热点。但他们无法获得一手资料,于是闭门造车就成了制造爆款的法门。甚至一篇不行,就换个名字、地点,将一个故事写十篇、二十篇。至于真相与可能造成的负面后果,大概只能由社会去承担。

眼下情势是,由于海外疫情暴发,不少华人回国躲避疫情,但正如张文宏医生所说,留学生要不要回国,需考量很多因素。而且,眼下防控境外疫情输入已成主要战线,回国也得配合疫情防控。对海外华人来说,短期内扎堆入境,

高密度接触带来的风险也要评估。在此情况下,部分自媒体炮制虚假海外华人信息纯粹是添乱,为此埋单的却是海外华人、是国家。因此,对部分自媒体这种机会主义行为,不可轻轻放过。事实上,这种做法已引发众怒,很多网友用“疫情之下的火星……”“疫情之下的太阳……”来表达不满。长期来看,这类乱带节奏的胡编型公众号也将失去读者市场。

至于海外华人真实的生活状况,目前也的确缺乏足够的关注,所以才因此给了“心思不正”的自媒体可乘之机。所以,当此之际,相关媒体以及一些负责任的自媒体,也不妨多将镜头切换到海外华人那里,让公众看到真实的信息和诉求。



## 回国留学生引发讨论

行程近8000公里,辗转约30小时,这是留学意大利的小杨的返乡足迹。小杨没有想到的是,自己在社交媒体发布的一段回国Vlog竟然引发如潮的评论,留言中出现了一些不和谐的声音,有网友称他“回国添乱”“千里投毒”等等。

(3月18日 澎湃新闻)

## 同胞要有同胞的样子

□东山

首先还是要劝告海外华人,这个时候切不可恐慌性回国。倒不是所谓“给祖国添乱”的问题,而是自身安全的问题。国际长途航班是病毒传播的温床,随着回国人数的增多,防疫流程的加密,国内一些机场出现了旅客聚集的现象,构成了新的隐患。

要不要回国,每个个体都要认真分辨信息、评估风险。而自媒体有责任传递真实信息,杜绝哗众取宠、贩卖焦虑,也不要为自大排外情绪推波助澜。

从国外返回郑州后隐瞒境外旅居史的郭某鹏,一路撒谎的美国输入确诊病例黎某,都已被立案侦查。还有其他一些类似的案例也进入了法律处置渠道。只需要将这些案例平实地进行传播,不需要渲染,也能取得应有的效果。

换句话说,回国人员只要不瞒报,遵守防疫规定,在入境过程中服从安排,那么他们就不应该受到歧视。“回国添乱”“千里投毒”这样的话不可以乱喊,因为会让同胞心寒。越是在这种时候,同胞越要有同胞的样子。

己所不欲,勿施于人。只有尊重他人,才能赢得他人尊重。遇到危急局面,相互推卸、相互攻击似乎是一部分人的本能,但能帮助我们度过危机的是相互团结、相互理解。

## 别用恶言寒了留学生的心

□严奇

舆论到底怎么了?

究其原因,其一是无端偏见的传染。日前,个别归国留学生的不当言行一度引发网友们的愤慨。厌恶的心态经由社交网络迅速被传染扩大,进而形成群体性的声音,将归国留学生整体标签化,使之成为宣泄疫情焦虑与恐慌的对象。

其二是仇富心态的集中宣泄。近些年网络上,存在着一种刻板印象——能出国的都是有钱人,有钱人不该被同情。少数人在潜意识里将“留学”等同于“移民”,将“送子出国”等同于“为富不仁”,将“接受海外教育”等用于“贬低国内教育”。此类自我矮化的心态促成了对留学群体的抨击。

其三是不科学不自知的优越感。时下国内趋于平复,国外疫情日渐严峻。一些人刚度过疫情危机,便热衷于用看客心态嘲笑国外疫情,进而将归国留学生归为“逃难者”“异乡人”,用充斥着地域歧视的抨击和谩骂展现自己的安全优越感。殊不知,疫情来势汹汹,没有任何人是绝对安全的。站在安全的地方居高临下,将所有归国的人预设为“病毒携带者”,与两个月前歧视华人的海外群体又有何异?

在国内疫情严重之时,有数不清的海外留学生,竭尽全力捐赠物资,帮助国内疫区。当国外疫情严重之时,我们也应当欢迎他们回家。海外留学生高调爱国,如今却不得不低调回国,寒了的人心换不回真情。