



上至上级的各种完美要求,下至个别群众的不合理诉求,可称之为对基层的“完美主义”的绑架。基层希望给上级留下良好印象,本来是正常的追求。但是,完美可以追求,却不能够苛求。一旦过于苛求完美,就会异化为追求形式,乃至变成不惜成本的倾情“表演”。

——中国青年报:《表演“完美”也是形式主义》

加多宝与王老吉直到2020年6月仍在为“怕上火就喝加多宝”打官司,国家知识产权局还曾发现有些初具规模的科技创业公司竟然没有申请过知识产权,专利、商标处于“裸奔”状态。商标法实施快40年了,中国企业应当赶紧补知识产权这一课。

在此还想给中国红牛提个建议:只有掌握在自己手里的东西,才能成为核心竞争力。泰国的红牛商标虽然响亮,但哪怕再用30年,也还是别人的。与商标相比,中国红牛20多年积累的生产能力与渠道关系才是真本事。这些遍及中国大江南北的渠道能卖红牛,也能卖中国“战马”。

——经济日报:《喂别人的红牛,不如养自己的战马》



【本期话题】

“鸡娃”抢跑

每天下午5点,北京海淀黄庄的大小快餐店,是校服一族和他们“后援团”的主场。校服颜色不一,穿校服的孩子或站或坐,或面面无表情、或神采飞扬,他们身边的大人忙前忙后:忙着点餐取餐,忙着掐表叫车,甚至忙着把食物喂到正在做卷子或看手机的孩子嘴里。这里是北京市海淀区,被称作“中国教育的青藏高原”,海淀黄庄则被奉为“宇宙补习中心”,而海淀妈妈更以“鸡娃”的教育方法闻名——她们不停给孩子打鸡血,不断给孩子安排学习和活动,不停地让孩子拼搏。你怎么看?

【议论纷纷】

◎卞广春:“鸡娃”妈妈扎堆出现,是一部分不懂教育的家长发挥“鲶鱼效应”,他们不惜时间和代价,为了改变自己命运,过多地关注孩子的学习成绩,忽视孩子的成长和未来,形成了所有家长都忙于超前培养孩子的“鸡娃”现象。

◎童尚:广大教育工作者应该意识到改变“鸡娃”现象既任重道远,又无可替代。一方面,学校教育要承担更多的责任与义务,以科学的教育引导孩子和家长,减轻家长的教育焦虑;另一方面,“鸡娃”现象的火,很大一部分是由形形色色的校外辅导班点起来的,严格监管能减轻家长和社会的焦虑。

【下期话题】

“自愿放弃”社保协议

去年,广东肇庆陈先生到广东中山应聘美团配送员,在横栏三沙站点报到时发现待遇和招聘信息有出入,而且公司要求他签署一份“协议”,让他工作期间“自愿放弃”社会保险等待遇。近日,记者联系三沙站点负责人,对方表示没有为骑手购买社保,是双方“你情我愿”。对此,你怎么看?

# 化解“老漂族”随迁痛 须多轮驱动

□斯涵涵

老年人通常被认为是流动性较低的群体,然而在城市化、老龄化进程显著加快的今天,中国有一类日益庞大的城市老年流动人口值得关注:为了支持儿女事业、照料孙辈,他们像“候鸟”一样离开家乡“漂”至陌生的大城市,面临着语言不通、文化差异、两地分居、异地医保等问题。随子女流动,身体和心理处于“双重漂泊”的随迁老人构成当今老龄化中国一幅具有代表性的图景,被称为“老漂族”。

(1月14日《光明日报》)

“老漂族”是中国人强烈家庭观念的直接反应。儿女忙于工作,父母觉得有义务尽全力支持他们,于是他们离开家乡,来到儿女所在城市。随迁老年人往往以家庭利益为居留决策的出发点,一方面心甘情愿,另一方面又迫不得已,两难的背后其自身需求往往被家庭和社会所忽视。

人才快速流动是现代化的显著标志之一,“老漂族”是老

年化社会的重大考题。目前,“老漂族”面临几大困难:首先是社交困难,离开家乡的不舍、陌生环境的不适、语言不通等,都让他们产生了难于融入的孤寂感;其次,一心围着儿孙转,失去了自己的生活,少数老年夫妻被迫分居,又与后辈存在代沟,劳累与疲惫相伴而生;其三,社保工资取现、认证存在地域阻碍,异地医保报销申请手续烦琐,信息时代的数字鸿沟等等,不利于他们的晚年生活。

对此,我们要仔细分析“老漂族”的群体特点,有的放矢,对症下药。首先政府部门要起到兜底作用:要持续推动公共服务和社会福利均等化,早日实现医保、社保的异地便利化,发展普惠托育服务体系,让他们不必再为看病报销、取工资、资格审核、照料孙辈而往返奔波,避免因经济、身体方面的原因造成家庭照料供给不足,为其适宜新生活扫清最大障碍。

社区、街道要积极搭建“老漂”社交平台,大力建设老年友好型社区,通过广场舞、棋牌、健身、志愿服务、“智慧助老”等活动,消

除语言、情感、新科技障碍,帮助他们拓展新的同辈社交网络,把“宅”在家里的“老漂族”请出来,老有所乐,心有所属;子女也要多关心父母,感恩父母,还要换位思考,尊重父母的选择,尽力做到照料父母与父母帮衬的最大平衡。

此外,老人自身要树立“积极老龄观”,消除只是临时帮助子女照顾孙辈的“外来感”“暂居感”,既要发挥自己丰富的生活阅历和经验优势,也要与时俱进地了解和学新知识、新技能、新观念,培养兴趣爱好,丰富精神世界,化被动为主动,努力使自己成为子女家庭及社区活动中重要的参与者,也成为自己晚年生活的主人。

据预测,“十四五”期间,我国老年人口将突破3亿,老年群体已成为社会关注焦点。化解“老漂族”随迁之痛须多轮驱动,我们要改革旧理念,适应新形态,探索新方法,各方合力,共同赋予老漂族的快乐新定义,将老年化社会的严峻压力转化为社会转型升级、不断进步的驱动力。

## 不让抗疫防线从内部被攻破

□然玉

完朕。被两名公职人员视若无物的防疫底线,最终被一群社会人士守住了。这事实上表明,在战疫这一强大的集体共识与意志之下,特权思维、例外主义越发没有容身之地。

据后续披露的消息,“大连卢书记”并不是什么了不得的人物,实际就是一个社区的书记,还是王副主任的下级。只不过,常言道“县官不如现管”,卢书记在分管的片区、负责的点位还是说得听话的。也许,正是基于这一认知,王副主任才第一时间打电话给卢书记,让之疏通放行。很显然,在王副主任的潜意识里,现管的权力是凌驾于规则之上的。

一般而言,官场中人找人办事的行为模式,总是行之有效的。王副主任此番之所以碰壁、受挫,有意外的成分,同时也可以找到某些必然化的归因。首先,现阶段防疫确乎是头等大事,是

绝对优先事项。王副主任无理取闹干扰防疫登记,纯属是犯众怒、触大忌;再者,许多防疫志愿者完全是凭着道德热情和社会责任来做这份工作。一句“我管他谁呢”,这是多么纯粹的灵魂。

进小区先登记下电话和身份证号码而已,纯属标准动作。王副主任居然暴跳如雷、言行失态,这实在是莫名其妙。这与其说是一时冲动,不如说是原形毕露。某些公职人员,早就习惯了享受各种方便、被各种关照。特别在自己的地盘上,他们一直没被拦过、更没被为难过。时至今日,竟被某些初来乍到的年轻志愿者挡了去路、驳了面子,心态崩了着实不足为奇。

很不幸,卢书记被炸死的王副主任拉下水了;很庆幸,一群“爱谁谁”的志愿者守住了抗疫防线。此事再次提示我们,多些对规则的敬畏,少些特权滋扰,防疫才可真正凝心聚力。

## 移动支付潮流下,还须善待使用现金的人

□张西流

付宝用户,80后、90后成无现金支付主力,占比超80%。目前,从超市、餐饮店、出租车、火车站,到居民水电缴费、就诊预约缴费等,均已实现无现金。

然而,必须正视的是,即使在已全面进入无现金社会的瑞典,仍然有许多人选择现金支付,这取决于消费者和商家自由选择。相反,在我国,多地经营场所均存在拒收现金行为,甚至有的公共服务机构,也存在只接受刷卡不接受现金的情况。然而,在现阶段,一些商家拒收现金,不仅违反了《人民币管理条例》,而且涉嫌违反了《消费者权益保护法》,消费者有权利选择任何一种结算方式进行消费。我们提倡移动支付,但并不等于拒绝现金,两者不能混为一谈。正因如此,去年以来,央行多次专项整治拒收现金行为,违规商家将列入失信黑名单。

可见,七成人选择移动支付,还须善待使用现金的三成。换言之,应选择支付方式的权利交给消费者。既然目前中国并非“无现金社会”,就应该严格遵守相关法规,善待人民币,在扩展移动支付业务的同时,不能拒收现金。可以预料,在我国未来很长一段时间内,多种支付结算方式将共同存在。一方面,要肯定非现金支付的意义,加强对各类支付结算方式的宣传推广,让更多公众了解各种非现金支付结算方式的特点;另一方面,要充分尊重公众支付结算习惯,包括使用现金支付的习惯,由公众自主选择适合自己的支付结算方式。特别是,银监管理部门应对相关情况进行研究,尽早对《人民币管理条例》等法规进行修订完善,规范移动支付方式,促进“互联网+消费”健康有序发展。



“演技式”直播带货

随着直播行业发展,用户点开一个直播间的心理阈值也越来越高,想要争夺更多眼球与流量的主播不得不面临一个难题:流量越来越少,卖货越来越难。于是有人开始剑走偏锋,在直播间上演“大戏”,大多以砍价、团队“内江”、吵架为主,背后则衍生了直播带货脚本师这一行,演技式直播开始大行其道。

(1月14日《成都商报》)

“剧本”式卖货是误入歧途

□苑广阔

你也演戏,我也演戏,而且很多带货主播演技也不是那么高,让人一眼就看出是假的,就比较尴尬了。而尴尬还是次要的,重要的是这种“演技式”直播势必会招致观众的反感和抵触。尤其是一些直播间看似热闹非凡,通过激烈的争吵、内江,最终确定了某件商品的一个价格,看似让利于消费者,结果等消费者到了其他直播间,发现人家卖的价格比自己买的还低,马上就有一种上当受骗的感觉。

所以说,按照脚本进行“演技式”直播既不可取,也难以长久。直播带货行业竞争日益激烈,这是一个必然的过程。正是通过激烈的市场竞争,才会淘汰那些不合格的、带货能力弱的主播,也才会在这种竞争当中让一些有能力、讲诚信,同时坚持下来的主播脱颖而出。只有这样,才有利于整个直播带货行业的良性和健康发展。

如果给带货主播一个定义的话,他们更接近于推销员,但显然不能算是演员。带货主播“演员化”,看似对主播素质提出了更高的要求,但实际上却是一种误入歧途。因为站在消费者的角度来说,看重的除了产品的价格,还有产品的品质和售后的服务,如果只是通过“演技式”直播把产品卖给观众,而不管产品的质量、服务,那么这条路又能走多远呢?

带货剧情化会走向泡沫化

□乔杉

当直播带货变成简单的嘴皮游戏时,对于那些自身嘴技不够的人来说,花钱买剧本,不是什么意外。

相对于“演”,人们更担心的是“编”。这就需要回到直播带货的本质上来,网友们涌到一个直播间,到底是为了看主播还是为了买商品?如果是为了看主播,那么是否表演,可能并不重要,如果不喜欢一个主播,大不了选择退出直播间。如果是为了买商品,那么最在意的是什么呢?是品牌还是品质,是溢价还是廉价?而评价标准又是什么?这里的关键,可能还在于不虚假宣传,简单地讲,不卖假冒伪劣商品,不说假话欺骗消费者,在品质和价格上不要骗、不要假。

其实,不要说一些小主播,即便一些大主播,也很难保证他们在直播间的表演没有经过精心设计。区别可能在于,大主播背后有团队,脚本的质量更有保证,他们的表演更有张力。而小主播为了节省成本,流水线上生产的脚本有些拙劣,表演能力也是亟待提高。一段时间发生在直播带货上面的公共事件,更多是因为主播说了谎,欺骗了网友,明明讲的是全网最低价,喊的是质量有保证,结果穿了帮,深深伤害了消费者。

由此出现的一个走向是,直播带货剧情化会走向泡沫化,导致网友越来越不相信,最终兴趣点转移,一个行业的风口也自此离去。