

公民
发言

推动更多优质农产品走向世界,是打造“中国制造”“中国创造”的题中应有之义。

□毛建国

疯抢“四川辣酱” 只是一个开始

时隔19年,美国麦当劳选择在当地时间10月7日这一天,在部分门店重新限时限量供应极受欢迎的四川辣酱。这一做法引发美国吃货的热情追捧,有大量的客人早早就在店门外排队等候购买,但供应量的严重不足让前来排队的数千粉丝失望而归,场面一度混乱。还有抢购到辣酱者做起了辣酱的生意,在网站上进行售卖。(10月11日《北京青年报》)

在全世界都在流行“中国制造”故事的语境下,美国吃货疯抢限量“四川辣酱”,依然带来了一种特殊味道。“中国制造”是一个庞大的体系,在“中国制造”走向世界的过程中,自然应该有农产品一席之地。

“民以食为天”。在当下舆论场,农产品是一个稍稍有些沉重的话题。虽然我们可以拿出很多数据来证明中国农产品还是“靠得住”的,有数据显示,近年来全国农产品总体合格率达96%;但公众追求的是100%,要的是绝对没有问题,而不是基本没有问题。可能存在问题的4%,在大数据上或许并不难看,但落到具体消费者身上,却是100%。目前的农产品生产还没有给人带来足够的安全感,动辄“10万+”的食品谣言,从侧面进行了说明。

毋庸置疑,我们还是有一批优质农产品的,一些农产品也在国际上登堂入室。去年质检总局官网公布消息,在近年来外贸形势十分严峻复杂的情况下,我国出口食品合格率多年来保持在99.94%以上,处于国际先进水平。在大众心中,我们的农产品也应该像一些国家的农产品一样能够成为爆款。更重要的是,外销如此内销也得这样,而且应该成为常态风景,要让老外像仰慕中国文化一样仰慕中国农产品。

现在并不知道这款“四川辣酱”来自哪里,具体的生产流程怎样,有没有纯正的“四川血统”。但可以肯定的是,只要我们有决心肯用心,完全可以打造出“爆款产品”。拿“老干妈”来说,其创始人陶华碧有一句话,“我是中国人,我不赚中国人的钱,我要把老干妈卖到外国去,赚外国人的钱”。这可不只是“说得好”,而是活生生的事实;不只是有豪情,而且是有底气,“老干妈”已经成为“超级网红”,在全世界都有自己的粉丝。

经常有人发问,“中国制造”能让高铁飞驰、蛟龙入海、玉兔登月,为什么在一些基础产品,看起来不是那么高档的商品上,却是问题频频?刚刚,日本神户制钢曝出了篡改数据丑闻,日本制造业声誉再度受损,甚至有人表示,日本制造已经神话不再。相对于看别人跌倒的笑话,更理性的态度是在别人跌倒的地方站起来。日本神户制钢丑闻能够说明,创新创造不易,质量控制也不简单,从根本上讲,还是“工匠精神”的问题。这也从一个侧面表明,“工匠精神”其实是一个世界级话题。

谁也不能挡住一个吃货的心,谁也不能阻挡一款优质产品的走红。据了解,四川辣酱被疯抢后,麦当劳错过此次限量供应的顾客致歉,并表示辣酱将在今年冬天再度回归。中国是一个传统农业大国,也应该成为世界农业强国。推动更多优质农产品走向世界,是打造“中国制造”“中国创造”的题中应有之义。有信心有决心,就一定能够推动更多优质农产品走向国门,而且会做到国内国外一样,在国内也享受到“出口品质”。

从这意义上说,疯抢“四川辣酱”只是一个开始,未来还有无限的可能。“老干妈”的走红,“四川辣酱”的疯抢,既给我们带来了信心,也给我们带来了启示。在打造优质农产品这条路上,我们还有很长的路要走,我们有信心走好走远。

燕赵
观点

在“互联网+”和新经济发展的形势下,位处底层的快递小哥们,不该成为共享服务价值链延伸红利的被遗漏者,也不会永远廉价。快递公司上调快递费,一方面可以保障和提高快递小哥的收入,稳定快递投递队伍,同时可以激发快递小哥投递时做好服务的积极性和主动性。

□胡建兵

“快递涨价” 不见得一定是坏事

在一年一度的购物节“双11”来临之前1个月,中通快递于10月10日突然宣布涨价。10月11日,韵达快递宣布,从即日起,对快件价格进行调整。这两家快递涨价之后,其余快递会跟进吗?(10月11日《央视财经》)

这几年,民众对快递业的要求越来越高,但人工成本、运输成本等却不断提升,加上原材料价格上涨等,使快递业这个原本就是微利的行业,生存更显艰难。许多快递小哥不得不辞职从事其他跑腿行业,或者兼职去送外卖等。如果再不提高快递价格,那服务质量很难得到提升。可以说,中通和韵达宣布涨价,也是无奈之举。

中通和韵达的快递价格上涨了,增加客户的费用,可能会在短期内分流一部分客户。如果不把服务质量搞上去,不能更好地维护客户的利益,那

会使客户越来越少,生存变得更加困难。但如果在提价后,能增加快递员的工资,使服务质量得到较大提升,与那些低价快递公司拉开档次,可使客户在短暂流失后尽快回流。而对于顺丰那些没有涨价的快递公司来说,快递价格虽然没涨,在别的快递公司涨价后,能吸引到一批客户,短时间内增加公司的业务量,但如果服务质量等不能得到有效提升,不但留不住新引入的客户,原有的客户也可能会流失。

在“互联网+”和新经济发展的形势下,位处底层的快递小哥们,不该成为共享服务价值链延伸红利的被遗漏者,也不会永远廉价。快递公司上调快递费,一方面可以保障和提高快递小哥的收入,稳定快递投递队伍,同时可以激发快递小哥投递时做好服务的积极性和主动性。快递队伍稳定了,可以保

证快递安全及时地送达。另一方面,可以使快递公司提高快递包装材料等质量,防止因快递包装等质量问题造成客户的邮寄物品遭到损坏,从而减少各种矛盾和冲突的发生。

快递业按照市场规律适当地提高一点费用不是什么问题。快递作为与百姓生活紧密关联的行业,其成本变化和竞争压力所致的适当提价,公众可以理解。对于客户来说,每件快递增加块把块钱的费用也不是个负担。但关键问题是,涨价更要提升服务,不能让快递服务质量一直处于低水平,不能让暴力分拣包裹、人为损坏现象继续下去,只有快递行业的服务质量也跟着涨,消费者多掏几个钱才会觉得掏得值。不管怎么样,部分快递公司涨价,可以促使快递业之间比价格、比服务,这样的“提价”不一定是坏事。

被“偷光”的流动书架,该如何补足?

□朱昌俊

近日,一则兰州公交“流动书架”两个月被“偷光”的视频在网络流传。网络视频显示,设立仅仅两个多月之后,原本摆满图书的书架已经“光秃秃”,站台保安则表示图书都被乘客拿走了。客运公司的一位负责人告诉记者,车站图书的确存在丢失情况,他们今后会视情况再补充图书。(10月11日《北京青年报》)

“流动书架”是由当地政府和公共图书馆设立的公益项目,摆满图书的书架被市民“顺手牵羊”“偷”得“光秃秃”,总归是遗憾之事。只是,若将这一现象全部归因于市民的素质不高,恐怕也有点失焦了。

流动书架分布在兰州的22个快速公交BRT站台,图书的“漂流规则”是乘客可以拿书在站台内阅读,也可以带上车细读,但出站不能带走,书架上也

有提示——“为了方便大家阅读,请将图书放回书架”。看起来,这样的做法确实不错,无论是等车还是坐车,有阅读爱好的市民都可以通过书籍来打发时间。可就现实而言,该立意明显有点想当然了,图书最终被“偷光”,蕴含着必然性。

首先,乘客取书、还书,并无任何类似于“身份确认”的信用约束机制,基本全依赖于自觉。虽说若借书、还书的程序过于复杂,很有可能会降低使用率,但此种完全“不设防”的模式,就等于只放书而无管理,显然不符合公益项目的专业操作。其次,书架上所配备的图书,80%是经典名著类的“大部头”,也不符合在等车或乘车场景下“快阅读”需求——“名著丢失得比较多”,就是证明。

兰州公交集团的相关负责人表

示,他们也倾向于(放置)杂志多一点,乘客在等车期间、乘车期间能够较快地读完,到站后就放回书架上。但是图书漂流站是当地政府和区图书馆设置的,其目的“是为了提升市民的文化程度,图书要求选择一些积极向上的经典图书”,所以“活动要求以名著为主”。但是,“以名著为主”的做法是否合理,流动书架又是否真的能“提示市民文化程度”,不知决策者是否科学地衡量与调研过?

考虑到所放图书是由当地图书馆和爱心市民所捐赠,“流失”的图书不能只是丢了就丢了,否则对公共利益和社会爱心都是难以交代过去的,必须有所改进。同时,此现象也提醒,公共部门在操作公益项目上,应树立受众意识,转变服务思维,深入了解民众需求,把有限的资源用在“刀刃”上。

别再轻信朋友圈的各种“指南”了

□曲征

日前,24岁的崔女士守在武汉亚心医院重症监护室外哭红了眼睛。她的父亲因突发最凶险的主动脉夹层,却听信朋友圈里的“保命指南”服下阿司匹林,没想到反成了“夺命药”,经过紧急抢救才保住性命。(10月11日《华商报》)

是药三分毒,提醒人们不能随意相信一些用药建议而胡乱服药,尤其是朋友圈发布的一些用药信息,更不能随意相信。这些用药信息,依托各种“保命指南”“健康指南”“营养指南”等等,建议人们如何用药。发布者随意而发,并没有经过科学论证与临床验证,理应抱着“别人姑妄说之,自己

姑妄听之”的心态来对待,但有些人却信以为真,完全按照“指南”的说法来做,结果可想而知。

身体出现症状的原因多种多样,同样的症状而病情却不一样,在不了解具体病情的情况下,贸然吃药,就会事与愿违。尤其是,病情程度不一样,药剂量也不相同,用药剂量不适当,说不定就会使药物由救命药变为“夺命药”。所以,切不可听信朋友圈似是而非的用药指南而贸然用药。遇到病情突发,最好的办法还是赶紧拨打120急救电话或赶紧到医院就诊。

换一个角度看,人们之所以相信朋友圈,不排除“急病乱投医”的心态

作怪,所以,应该努力普及医疗知识,尤其是对于严重威胁人们健康安全的疾病,要广泛宣传预防知识与应急措施。而对于朋友圈发布的各种“指南”,相关部门也应有针对性地进行辨别与辟谣,保留其精华,剔除其糟粕。

行文至此,笔者想起了由北京市科学技术协会、北京市网信办等部门联合设置的辟谣平台,平台每月发布“科学流言榜”以揭露大众耳熟能详的“伪科学”。倘若全国各地多设立这样的平台,用以揭露包括朋友圈在内传播的各种“伪科学”,肯定会让人们远离各种不靠谱的“指南”,实现科学用药,科学健身,科学生活。