

称“农民工”为“建设者”是好开端

深评

针对人大代表提出的“倡导媒体在宣传上,不使用‘农民工’等歧视性语言”等建议,深圳市人社局近日答复称:“我市虽不能要求本地媒体不使用‘农民工’表述,但也将结合深圳实际,引导媒体多使用‘来深建设者’表述。”

“农民工”泛指户籍在农村的进城务工人员。改革开放激发了中国经济的活力,也拉动了城镇化的引擎。20世纪80年代,大量农村劳动力开始背井离乡,到城里务工。从身份上看,他们依然是农村户籍人口;从劳动性质上讲,他们长期在工程建设、加工制造和

采矿等领域挥洒汗水,做的是产业工人的工作。随着这个群体的数量不断扩大,就有了“农民工”的称呼。“农民工”一词虽然能比较准确地概括这一群体的身份特点,但在发展过程中,逐渐演变成一个指称从事重体力劳动、社会地位低下务工人员的名词。

深圳既是改革开放的窗口,也是“农民工”最早的聚集地之一。当地有关部门引导新闻媒体“不使用‘农民工’表述”“多使用‘来深建设者’表述”,体现的是文明对待基层劳动者和农村进城务工人员的自觉。当然,也有人认为叫什么都不重要。其实不然,称呼不仅仅是某一对象的指称,而且还一定程度上折射出所指称的对象在特定历史时期的社会、经济、政治、文化地位的状况及其变迁,实际上是社会文明发展的一种映射。不叫“农民工”,改称他们为“来深建设者”,或者按照一些专

家的建议改称“新产业工人”,是一种以人为本、与时俱进的表现,体现的是对2亿多进城劳动者的尊重。

同时也要看到,称呼之变只是第一步,观念之变、评价之变、机制之变、待遇之变逐步跟上才有实质意义。改革开放40多年来,广大进城务工人员,为城市的建设发展,出力出汗,干着最辛苦、最繁重的活。他们为城市建设挥汗如雨,盖起了一幢幢漂亮的房子;第一代进城务工人员把几十年岁月贡献给了城市,但也常常在医疗、社保、子女入学等涉及公共服务均等化的民生保障问题上面对窘境……这些都是摆在我们面前的现实问题。城镇化是一个渐进过程,很多问题无法一蹴而就,但至少应该在发展的过程中,努力体现解决问题的诚意。深圳引导称呼转变,让公众看到的就是一种诚意。

早在2014年9月,国务院印发的

《关于进一步做好为农民工服务工作的意见》就明确提出:“切实解决农民工面临的突出问题,有序推进农民工市民化。”近年来从中央到各地都在禁止拖欠农民工工资,并努力为农民工子女入学创造条件,着力解决农民工面临的突出问题,取得了有目共睹的成效。下一步,如何从制度上“有序推进农民工市民化”,正是各地需要下大力气探索解决的问题。

风起于青萍之末,浪成于微澜之间。任何涉及2亿多进城务工人员的事,都不是小事。以“建设者”“新产业工人”等称谓取代“农民工”的表述是一种看得见的进步。期待这种对劳动者、对人的尊重从称谓之变开始,尽快延展到更多方面。期待领风气之先的深圳,在消除身份歧视、推进“农民工市民化”上有更多成功示范。

(李思辉,原载《光明日报》)

众说

民政部近日发布通告,将17个地区确认为第二批全国婚俗改革实验区,进一步扩大婚俗改革试点覆盖面。之前,民政部已经确认15地为婚俗改革实验区,此次新增的17个地区将与这15个地区一起,为移风易俗、改变婚嫁陋习探路。编者选取3篇“众说”,对此进行交流探讨。

为爱“减负” 婚俗当改

天价彩礼、恶俗婚闹、铺张婚宴……一些地方的婚嫁陋习存在已久,给家庭带来了沉重的经济负担,对社会风气造成了不良影响。移风易俗,改变婚嫁陋习,为爱“减负”,成了社会共同的呼声。

婚嫁陋习多年来饱受诟病,陋习难治是因为它披上了民俗和传统的外衣,畅通无阻。又因为人情往来与攀比风的存在,这样的恶俗愈演愈烈,产生越来越大的裹挟力。要扭转这种局面,个体的力量相对单薄,需要整个社会形成比较统一的氛围。

婚嫁陋习处于法律和公序良俗边缘的灰色地带,法律管不到,公序良俗防不了。大家明知道它不合理,深恶痛绝,但似乎又拿它没有办法。国家为婚嫁陋习设立改革实验区,意味着会采取更多更有效的办法来移风易俗。一些地方将新定的婚丧礼仪规定纳入村规民约、居民公约中,是个值得尝试的办法。

从整体上看,经济发达、城市化推进快的地区,婚嫁陋习会少一些。这说明陋习并不是无药可救,需要花时间去下功夫,将文明倡导事业坚持下去,相信陋习随着大家的努力会一点点改变。

移风易俗不能急于求成,需要脚踏实地,一个点一个点突破,在一群又一群人中普及。先后两批全国婚俗改革实验区的设立,就是循序渐进、脚踏实地的证明。当越来越多的试验区改革取得成功,相信有一天会成功推行到全国各地。

婚俗改革,为爱“减负”,不仅是年轻人的利好,更是所有家庭的利好。说它利国利民,说它是民心工程,并不为过。若一个家庭刚刚组建就已背上沉重的负担,那么对接踵而至的生育、子女教育还能存有多少信心。而婚俗改革能为一个新家庭搬走沉重的负担。

(高路,原载《钱江晚报》)

改革不妨拿“天价彩礼”试刀

提到婚俗不正之风,人们首先想到的肯定是“天价彩礼”。近年来,在我国一些地方的农村,彩礼按女孩学历和地域要价,中专10万元、大专12万元、本科15万元,一路飙升的巨额彩礼,如同一道无情的屏障,让个别地区步入婚恋年龄的农村小伙望婚兴叹。可见,推进全国婚俗改革试点,应首先拿“天价彩礼”试刀。

据调查,在不少农村地区,不仅“看女议价”流行,嫁一个女儿要收彩礼数万元甚至数十万元,而且还要附加什么车子、房子等“硬条件”。还有的地方,不少人利用封建习俗巧立名目,除借婚姻索取彩礼之外,更有什么见面钱、压车钱等。据报道,北京郊区有一女孩,在准备和男朋友结婚时,其祖父向男方大索彩礼,由于男方无法支付聘礼,这场婚姻最终以悲剧告终。

可见,治理“天价彩礼”,是推进全国婚俗改革的“重头戏”,必须啃下这块“硬骨头”。“天价彩礼”残存的旧思想、旧习俗,严重侵犯了男女婚姻自由。父母应严格按照婚姻法的要求,多尊重子女的婚恋自由,从旁引导,不要因为过度参与而越俎代庖,更不能采取漫天要价的拜金手段,去干涉子女的正确选择。切莫因过于重“物质”和“包办”,而破坏了子女婚姻的可持续性和幸福感。

(汪昌莲,原载《南宁日报》)

“软硬兼施”推动婚俗改革

从上世纪50年代的几尺花布,到改革开放后的“三转一响”,及时至今日的“有车有房”,彩礼作为一种旧俗沿袭下来,对国人是个颇具共鸣的话题。其实,礼物如是象征性的,也没什么不好,毕竟“礼轻情意重”嘛。但要是异化为“天价彩礼”,甚至明码标价,就成了赤裸裸的商品交易,是一种顽疾陋习。尽管许多人都不能“人情礼”,从内心深处不认同“天价彩礼”,但具体在行为上,很少人敢率先抵制。这是因为身处人情社会,人和人之间的关系错综复杂,不随礼是不给面子,随了礼总想着收回,如此反复,礼金越拱越高。

一种陋俗的形成,当然不仅是面子的问题,还有其深厚的文化背景和经济成因,此所谓“社会土壤”也。不久前一张走红的“全国彩礼图”显示,我国西部地区彩礼高于东部和南部地区,贫困山区彩礼高于城郊村,华南地区甚至出现了“零礼金”。正是因为一些大城市相对富裕和开明,不需要把金钱作为婚姻价值的唯一标准,更没有必要死守面子。

从长远来看,经济搞上去、文化提上来,才能消除婚俗陋习的“生存土壤”,也就是物质文明和精神文明“两手都要抓、两手都要硬”。其中,经济进步需要稳扎稳打,文明提升倒有些“巧劲”可使。具体来看,可以靠刚性约束和软性教育,“软硬兼施”推动婚俗改革,促进乡风文明。从“刚性约束”来看,抓住党员干部这个“关键少数”,一方面严肃查处违反中央八项规定精神大办婚丧喜庆类问题,另一方面积极倡导党员干部带头弘扬时代新风,可以起到良好的示范作用。从“软性教育”上讲,要致力于从年轻人入手,把新风尚送到乡下去,从而改变老一代人的观念。

婚嫁陋习已经成为全社会重视的问题。但需要看到的是,婚俗的“陋”,往往有着极其现实的根源。一些地区适婚年龄人口性别比例失衡、贫困因素等,是不容忽视的根本性问题。这些现象的存在,提醒有关部门要在乡村推出更有针对性、更全面的政策措施,在宣传引导、内化教育的同时,更多从老百姓的角度想一想,从扶贫、养老、生育等方面多想办法、加以引导,从而切实解决难题。

(扶青,原载《南方日报》)

(请作者和本版编辑联系,以领取稿酬)

透过500强榜单,我们读出了什么?

近期发布的两份企业排行榜颇受关注:一份是中国企业500强榜单,另一份是《财富》杂志公布的世界500强排行榜。两份榜单,正好可以从国际国内两个视角、两个维度观察中国企业发展。

自2002年首次发布起,中国企业500强榜单的入围门槛持续提升,从最初的20.03亿元提升至现在的390多亿元,2021榜单上营收超千亿元的企业已达222家。即使遭遇疫情冲击,2021上榜的500强企业营收总额接近90万亿元,创下历史新高,是2002上榜企业的14倍多。

如果说中国企业500强榜单的变化从纵向体现了中国企业的成长速度,另一张世界排行榜则从横向见证了中国企业在全球经济版图中的地位的提升。

在中国加入世贸组织的2001年,进入《财富》世界500强的中国企业只有10余家,此后这一数字逐年攀升;2019年排行榜上中国公司以129家的数量首次登顶,今年进一步增至143家。

自1995年这份排行榜开始发布以来,还没有任何一个别的国家或地区的企业如中国一样,以如此快的速度扩大其在榜单上的席位。

透过两份榜单,我们读出了中国企业的“成长速度”“地位跃升”,更能读出中国企业的“发展韧性”。

在新冠肺炎疫情、全球经济衰退、部分国家遏制打压升级等多重冲击下,2021年中国500强企业营收总额、净利润总额仍较上年实现了正增长。

放在全球视野中观察,今年《财富》世界500强排行榜企业的入围门槛、营收总额双双下降,利润深度萎缩,而上榜中国公司的平均销售收入和平均利润与上年基本持平,经营状况超过全球平均水平。

透过两份榜单,我们还能读出中国企业的“创新‘蝶变’”,这既是中国企业持续做强、做优的不懈努力,更是中国企业竞争力提升的根本所在。

自2005年启动相关统计以来,中

国500强企业研发投入规模逐年增长,呈现出一道漂亮的“上扬的曲线”,2021中国企业500强研发投入规模突破1.3万亿元,当年研发投入强度创下了历史新高,拥有专利数量达到145万件。

在世界500强榜单上,自2016年起,中国几家互联网相关企业纷纷闯入榜单,反映出中国新经济企业蕴含的巨大能量。

透过两份榜单,我们也读出了中国经济的“布局优化”和各类型企业的“协同发展”。2021中国企业500强中,非银企业与商业银行盈利差距持续缩小;高技术产业、现代服务业入围企业数量增加,传统的房屋建筑业、煤炭采掘及采选业入围企业在减少。数字升降背后,彰显出我国经济结构调整的一系列改革持续深化。

中国企业500强榜单上,如今民企数量占据“半壁江山”,国企、民企相得益彰的格局基本形成。中国这片投资兴业的热土,百花齐放,生机勃勃。

可以说,尽管视角不同,两份500强榜单见证着同样的事实:中国企业群体正快速崛起,彰显出大、强、新、优等特性,成为全球经济版图上是一支举足轻重的力量,也折射出中国经济高质量发展的新气象。

这些变化得益于企业自身的奋斗,更离不开中国体制优势和市场优势的共同作用——强大的制度优势提供了根本保障,持续释放的改革开放红利提供了强大动力,持续升级的超大规模市场构筑了重要支撑。

透过这两份500强榜单,我们读出了信心,也读出了希望。新发展阶段,新发展特点。面向未来,机遇无限,也不乏挑战。中国企业应继续坚定信心,抓住机遇,苦练内功,补足短板弱项;创新发展,在高起点上继续升级优化,不断塑造竞争新优势,掌握发展主动权,不仅做大,更要做强、做优。

(王希,据新华社)

拉闸限电何来“深层含义”

连日来,拉闸限电成为社会各界关注的热点话题。原因其实并不特别复杂,今年上半年以来,部分煤炭品种价格涨势明显,一些地方电力供需出现阶段性缺口。同时,也有一些地方为完成能耗双控考核目标,频频拉闸限电,不少企业被限产停工。

为缓解用电供需矛盾,国家有关部门及行业已及时出台政策,部署措施,煤炭市场部分品种供应紧张的状况将不会持续。节能降耗是绿色发展的大势所趋,但在具体推进过程中也考验着协调平衡、统筹有序的管理智慧。中央已明确要求,既要坚决遏制“两高”项目盲目发展,也要纠正运动式“减碳”的跑偏倾向。然而,在某些自媒体的“解读”中,一些地方频频拉闸限电的做法,竟然被赋予了所谓的“深层含义”——认为拉闸限电、限产停工,是特殊的经济手段,是要将出口领域的订单热、生产热主动降下来,以缓解出口的“内卷”,对抗“输入型通胀”。

眼下,广大出口企业确实“喜忧参半”。喜的是海外订单源源不断,疫情中全世界都在指望中国制造;忧的是海运价格飙升、集装箱一箱难求、大宗商品原材料暴涨,以及未来的种种不确定因素。

企业有所忧,政府自然应当有所应。优化改善营商环境,助力中小企业和困难行业持续恢复,这是疫情以来我国政府始终坚持的政策举措。

比如面对出口行业“一箱难求”的全球性困境,政府部门早已协调方面资源,投入化解难题的行动。来自交通运输部 and 工信部的最新信息显示,经过相关部门的协调,目前我国集装箱月

产能已由20万标箱提升至历史最高的50万标箱。

当前面对复杂的外部形势,各级政府全力稳外贸,为出口企业保驾护航之时,所谓“限制出口企业生产”的逻辑,无论如何都难成立。疫情以来,中国出口表现始终抢眼。国民经济稳中有进,广大从事出口的中小企业、民营企业功不可没。全球“断链”背景下,我国产业链供应链快速恢复高效运转,也为中国经济抵御外部风险、防范化解各种挑战提供了坚固依托。

中国经济需要进一步增强内生动力,但这并不意味着出口不重要了。“压减一些出口,内需就上来了”,有些自媒体发表这样的观点无视经济学原理,更脱离我国经济社会的现实情况,稍有常识的读者不会相信这些故弄玄虚的忽悠。

我国广大中小出口企业,确实存在利润率偏低、产业结构有待升级的发展瓶颈,部分行业内部价格战白热化,一些企业单位产值能耗过高,也是现实中的问题。疫情下全球原材料价格高企、输入性通胀压力上升,更是放大了不少出口行业的结构性矛盾。

此时,企业需要转型升级,行业需要补链强链。不断提升产业链供应链的稳定性、竞争力和现代化水平,并从中深挖潜力、释放活力和创造力,这是当前包括出口领域在内,中国各行各业都需着力之关键点。

而每一件小事、每一个环节,都绝不可能通过电闸一拉的方式来实现。将其解读为所谓“具有深层含义”,误导之害不可小视。

(徐蒙,原载《解放日报》)

“它经济”如何行稳致远

今天,你“吸猫”“撸狗”了吗?近年来,一股宠物热潮正悄然兴起,我国宠物经济随之步入发展快车道。

“它经济”有多火?《2020年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,截至2020年底,全国城镇犬猫数量超过1亿只。另据艾瑞咨询发布的《2021年中国宠物消费趋势白皮书》统计,2020年中国宠物行业市场规模接近3000亿元。城市“有宠一族”正以超乎想象的速度增长,“它经济”也持续升级、越来越热。

提起“它经济”,顾名思义就是围绕宠物而产生的一系列生产、销售和服务等商业活动。但如果你脑海里的印象

还仅仅是宠物商店、饲料玩具等传统消费,或者是猫咖、撸猫馆、宠物美容等“相对新潮”的消费场景,你可能就有点跟不上潮流了。现如今,“它经济”愈发专业化和精细化,不但涉及食品、用品、医疗、美容、寄养、保险、训练等多种方式,还有更多“新玩法”,如宠物餐厅、宠物酒店、宠物游乐园、宠物月子中心、云吸宠物等等。人类幼崽所拥有的吃喝玩乐,来自“汪星球”和“喵星球”的小主子们可能也都能享受。可以说,“它经济”正显示出无穷的“钱”景和活力。

“它经济”越烧越旺,当然是缘于巨大的消费需求。一方面,随着生活水

平、消费水平的提高,养宠物日渐成为一种新时尚;另一方面,在快节奏、高压力的都市生活中,具备神奇治愈能力的宠物也给予了养宠人不少温暖慰藉,满足了“爱”与“陪伴”的情感需求。越来越多的年轻人钟爱养宠,宠物服务消费逐渐拟人化、高端化。在现实生活中,不少消费者宁可给自己消费降级,也要给自家“毛孩子”吃得更好、享受更好的服务。

“它经济”有着广阔的发展空间,有望成为未来“掘金大战”的焦点。毋庸置疑,这对各路资本、企业都有着巨大吸引力。然而,目前“它经济”仍然存在不少问题。由于我国尚未形成专门

针对宠物产业发展的法律法规和行业标准,行业依然处于自发成长阶段,市场鱼龙混杂,收费混乱、无证经营等乱象频发。诸如宠物盲盒变宠物“亡”盒、宠物托运导致金毛惨死、宠物医疗纠纷等新闻亦不时传出,令人十分痛心。无论是“它经济”的上游、中游还是下游,都存在监管空白。

给“它经济”再添一把火,需要行业规范和监管力度及时跟进,更好地呵护每一个“它”的成长。只有健全相关政策法规体系,制定统一行业标准,加强对宠物行业的规范指导和监管,“它经济”才能行稳致远。

(庄媛,原载《杭州日报》)



严惩扎啤非法添加



作为大众畅销饮品的扎啤,是在啤酒原浆中充入食品级二氧化碳制作出来的。近期,浙江省市场监管部门查办了一批扎啤非法添加案件。不法分子为节省制作成本,竟然用工业二氧化碳替代食品级二氧化碳制作扎啤,苯含量超过国家标准15倍。长期食用苯超标的产品,对身体健康有害。对此,监管部门应加大市场监管力度,斩断食品非法添加的违法链条,对违法犯罪分子依法查处,让其付出沉重代价。

(朱慧卿作,新华社发)