

大步快赶,构建育儿友好型社会

深评

为适应人口与计划生育新形势,11月25日,省十三届人大常委会第三十二次会议审议通过了关于修改《浙江省人口与计划生育条例》(以下简称《条例》)的决定,不仅延长了产假,而且增设了男方护理假、育儿假、独生子女陪护父母假,对完善托育、妇幼保健、婴幼儿照护、儿童照料等提出具体要求,为保障孕产妇和计划生育家庭合法权益作出了明确规定。调整是大势所趋,众望所归。随着社会生活节奏的改变和国家生育政

策的调整,全社会对生育相关制度调整的呼声不断增高。上海等地在综合考虑国家政策导向、区域平衡、基金承受能力、社会影响等方面因素后作出了延长生育假的回应。国家层面,卫健委等十五部门近日联合印发《母乳喂养促进行动计划(2021-2025年)》提出,到2025年,母婴家庭母乳喂养核心知识知晓率达到70%以上,公共场所母婴设施配置率达到80%以上。

相比之下,这次浙江的政策调整亮点非常明显——覆盖全面、诚意十足。从产假时长、假期种类、关照人群、生育全流程覆盖上,都释放了非常有分量的福利,足见决心和担当。延长了产假,增设了社会讨论度非常高的男方护理假、育儿假、独生子女陪护父母假之外,进一步完善普惠性

托育服务,要求建设和完善母婴设施,还顾全到因生育问题产生的特殊群体的需求,几乎动用了社会上呼声较高的所有政策工具。值得注意的是,在育儿津贴、托育费用补助方面,《条例》还为各地因地制宜留下了空间。这种“政策留白”充分体现了制度的灵活性和创新性。

人口发展既是关系发展全局的“国之大者”,又是关系每家每户的“小确幸”。然而有调查表明,全面两孩政策实施后,“不敢生”的原因排名前三的是经济负担重、儿童无人照料,以及女性难以平衡家庭与工作的关系。回应这些不敢与担忧,以“一老一小”为原点,建立健全覆盖全生命周期的公共服务体系,小两口们才敢把“造人计划”提上日程。

构建育儿友好型社会是我们推动共同富裕的愿景之一。《浙江高质量发展

建设共同富裕示范区实施方案(2021—2025年)》明确提出推进公共服务优质共享先行示范,率先构建育儿友好型社会便是其中一条。提出的一系列要求通俗地说,就是对孩子怎么生、怎么养、怎么育作出分工,家庭、政府、社会共同承担生育成本,不让生育变成不愿承受的负担,要让养育者获得足够的支持,促进人口长期均衡发展。

行路难,但必须大步快赶,这就是浙江态度。显性的制度安排好了,隐性的障碍还得继续消除。《条例》实施后会不会增加女性求职成本?企业不落实怎么办?没有落实的单位主体如何追责?构建育儿友好型社会的行动一旦开始,这些疑惑都要通过具体的工作去消除。

(张萍,原载《浙江日报》)

众说

近日,河南省西华县逍遥镇胡辣汤协会就其注册的“逍遥镇”商标向商户维权事件,陕西“潼关肉夹馍协会”起诉一些小店商标侵权事件,将地方特色小吃行业协会商标维权的争议推至前台,其中的一些问题值得思考。编者在此选取两篇“众说”,对此进行交流探讨。

“碰瓷”式维权砸的只会是牌子

前有“逍遥镇胡辣汤”,后有“潼关肉夹馍”——两地行业协会以商标侵权为由,先后向全国发起海量高额维权诉讼,令商家愤懑,舆论哗然。

其给公众所带来“吃相难看”负面观感,早已说明一切。以“潼关肉夹馍协会”为例,先是提起高额诉讼,凡带“潼关”字样小吃店均被指涉侵权,要求赔偿3万至5万元不等;要想继续使用“潼关肉夹馍”这个商标,还需缴纳99800元。有眼尖媒体还发现,此前该协会与律所签有四六开侵权案件利益分成协议,这更让人对其产生滥用诉权联想。这家协会官网日前疑似被黑,满屏闪烁“无良商家”字样,有网友讥之为“收保护费”。

依照《商标法》规定,我国商标包括普通商标、集体商标和证明商标等。地理标志是一种集体商标或证明商标,行业协会作为协会组织,有权注册地理标志商标,以授权协会会员使用。但是,相关条款对此也有明确限定,“商标中有商品的地理标志,而该商品并非来源于该标志所标示的地区,误导公众的,不予注册并禁止使用。”究其实,我国实行严格的地理标志产品保护规定,像早已蜚声海内外的绍兴酒、龙井茶等,其严格就地生产工艺限制及悠久历史,早已说明一切。反观所谓的“逍遥镇胡辣汤”“潼关肉夹馍”等,说到底就是一道地方美食,不仅和“地理”无关,仅从辨识度说,一般人大概也说不出各种胡辣汤、肉夹馍有什么区别,甚至同已商标化的“兰州牛肉拉面”和“沙县小吃”都不可同日而语。否则,川菜、湘菜等也照此“办理”,岂不成了笑话!

退一步说,即使“逍遥镇胡辣汤”“潼关肉夹馍”此前确已注册为集体商标,其所具备一定的品牌价值,那也是由早期千千万万商家所共同创造,为特定历史文化、人文风貌所积淀,而绝不应为哪家行业组织协会所私有。值得一提的是,河南省西华县此前已叫停“逍遥镇胡辣汤协会”,陕西潼关当地也已介入对“潼关肉夹馍协会”开会协商。要说的,是一种地方美食、一个特色产业,发展不易,做大更难,有赖于合理引导、规划布局,更有赖于千万商家相向而行,实现优势互补、携手共赢。作为行业协会来说,真正要扮演好的角色,正是要借此完善标准、提升口味、拓展市场、传播品牌,尽可能给商家多一些切实可行的指导和帮扶。哪怕出于规范市场和品牌目的,确有必要采取一些司法手段,那也必须是从事行业公共利益出发,发于公心,而不是搞一些“碰瓷”式诉讼,挟一介商标以挟天下,把协会变成牟利工具——这样做,其离“砸牌子”也就不远了。

(涂建敏,原载《杭州日报》)

多包容少功利,让人才近悦远来

下好发展“先手棋”,必须先下好人才“先手棋”。当今世界的竞争,很大程度上是人才的竞争。习近平总书记曾多次强调,今天我们要比历史上任何时期都更加渴求人才。要用好用活各类人才,不要求全责备,不要论资排辈,让有真才实学的人才英雄有用武之地。

人才之为人才,不同于一般意义上的人力,既在于其自身特质,也在于培养人才所要遵循的特殊规律。比如对于创新人才,淡化功利目的,就是一个“出人”“出才”的前提。

创新人才的培养需要大量的投入,这种投入包括物质的投入,更包括成长空间的投入、包容度的投入。很多基础研究,比如数学,尤其是数论这样的理论数学,不怎么赚得到钱,通常也“没用”,很可能做了几十年研究也拿不出成果,但一旦出成果就是大突破、就是“大用”。要真正在

创新上有所成就,就必须设计出一种机制,来支持这样“无用之用”的研究。而对很多纯粹科学家来说,不让他们为生存担忧,并创造一个让其心无旁骛的研究环境,就是对他们最重要的激励。

原点决定路径。当各种各样的功利目的绑架了科学研究的时候,按科研规律办事就比较难了。如果我们的科学家、科技人员在申报项目、填表、报销经费之类的事情上变得特别“聪明”、特别“精明”甚至特别势利的时候,真正的创新就只能让位于。如今,包括上海在内的国内一些地方,一些新型研究机构已经开展了相应的改革探索,不限定科学家的研究方向,不施加经费、项目、论文的压力,提供足够宽松自由的研究环境和足够的保障。

人才培养要去功利化,评价也要去功利化。中共中央、国务院发布的

《深化新时代教育评价改革总体方案》要求,推进人才称号回归学术性、荣誉性,不得把人才称号作为承担科研项目、职称评聘、评优评奖、学位点申报的限制性条件,有关申报不得设置填写人才称号一栏。这是中央从根本上扭转人才评价误区的重要举措。

有媒体指出,正在推行的“揭榜挂帅”制,也在实现从竞争拿项目到竞争出成果、从谋求发论文到解决真问题、从论资排辈到不拘一格的三大突破。还值得参考的是一些企业的用人方式。有创新型人才招聘人才,其考评标准的排序是:学习能力、领导力、谦逊、主人翁意识、专业知识。这种评价方式就是真正的看能力、重实效,学历、学校、学位只是参考。须知,创新很难“定制”,且不一定都来自当前已经拥有很多头衔、很多成就的人。只有万马奔腾,“黑马”嘶鸣,创新、创造的源泉才会涌流。

一个充分包容、足够宽容的环境,才能培养出更多的人才。包容和宽容,是人才成长的文化土壤和机制要求,实际上也是一个人健康成长的客观要求。当然,包容和宽容不是在法纪上开恩,不是纵容不良风气和习惯。许多创新人才,往往是具有创新意识 and 创造能力的人,都有鲜明的个性,他们思维独立、行为独立,喜欢挑剔、喜欢反向思考,喜欢挑战权威、挑战现实。这就容易打破人际平衡、与既有的管理环境发生冲突。对此,只要目的是创新、是事业,完全可以宽容之、包容之。不仅日常管理要体现宽容包容,相关的制度设计也要体现宽容包容——说了很多年的“放权松绑”,指向的正是这样的境界。做到了,我们才会有不断壮大的人才队伍,乃至拥有更多能担当大任的、能作出突出贡献的“人物”。

(徐根兴,原载《解放日报》)

画话

喜见新生儿入户新举措

据报道,长三角区域户籍居民可在实际居住地公安机关申请办理新生儿入户,不再需要在实际居住地和入户地之间来回奔波。据悉,符合办理条件的,在签署《长三角跨省(市)新生儿入户承诺书》、留存邮寄信息及联系方式并提交办理材料原件后,将以“当场打印”替代“缴旧寄新”,即由实际居住地公安机关直接在原户口簿上打印新生儿户口信息页,不再收缴旧户口簿后邮寄新户口簿,实现全面信息化办理。(王鹏作,新华社发)



该如何正确保护特色小吃商标

地方特色小吃的商标,可能是普通商标,也可能是集体商标,还可能是证明商标。不同性质的商标,给予其保护的力度及其需要承担的社会义务是有区别的。因此,要注意区分地方特色小吃商标的不同类型所对应的不同情况,分别考量其在商标法意义上的权利义务。

一般而言,带有地理特征属性的地方小吃商标,不宜由行业协会以普通商标形式加以注册并谋取私利,而宜由合规的协会组织注册为集体商标或证明商标加以保护,并承担相应的社会义务。

这是因为,地方特色小吃是传统饮食文化特色的凝聚和发扬传承,除了可能涉及商标利益,还涉及相关民众对其加以利用的实际利益,甚至关乎相关经济业态的健康发展。所以,关于地方特色小吃的商标保护,要注意处理好几个关系:商标注册与商标使用的关系,商标使用与商标维权的权利,商标私权保护与社会公共利益的关系,以及商标行业利益与经济业态的关系。

保护商标专用权是我国商标法的基本立法宗旨之一。商标是区别商品或服务来源的标志,商标注册会为权利人带来充分的法律保障。商标使用是商标价值的实现和商标法的价值体现,不以使用为目的的商标注册行为已经成为商标法的规制对象。具体到地方特色小吃的商标注册与商标使用,尤其要注意消除对于其中核心资源的公共地名和通用名称以及功能描述特征的不当注册、恶意抢注、囤积牟利等商标注册行为,即便正当注册为集体商标或证明商标,也要给商标使用留出充分便利,为商标的在先使用者留出应有空间。

商标使用是商标具有生命力的源泉,其贯穿了商标法的始终。而商标维权是权利人为自身利益不受损害所寻求的法律救济行为,正当合理的商标维权应该得到支持。地方特色小吃的商标维权,应是商标权利人对于侵权者的维权。如果不是以使用为目的的商标注册行为或商标权受让行为,而其商标维权又是“商标维权逐利”,则要思考其维权本身是否正当,慎重考虑其“维权逐利”指向的商标使用者使用商标行为的正当性。当前,随着知识产权对于市场经济发展和市场主体价值实现日渐重要,知识产权非实施主体的“维权逐利”现象已经从专利领域向版权和商标领域扩展,应当认真考量其对创新社会和信誉社会知识产权发展的利弊。

包括商标在内的知识产权,是一种带有财产属性的私权,这种私权同时带有很强的公益属性。商标的财产属性私权,产生于商标的实际使用和商业投入以及商标信誉的积累。地方特色小吃并非某个企业或某个组织的私人创设、私人投入或私人信誉,而是历史地理文化传承中形成的实际利益。地方特色小吃名称如果成为注册商标,必然一定程度上带来商标私权保护与公共利益之间的冲突,如何协调好其中的商标利益,关系到民众和消费者的实际利益,需要相关管理者发挥智慧、借鉴经验,也需要相关裁判机构依法办事。

不能将地方特色小吃商标异化为某个组织或某个地方机构的行业利益,而应从有利于经济业态健康发展的角度做出利益分配和制度安排。作为中华优秀传统文化的有机组成部分,地方特色小吃的商标注册、商标使用和商标保护,不能简单地套用商标法的原则性规定,而应该科学制定科学合理的专门性制度安排。如果科学合理地利用好商标制度,会带来应有的促进作用,大大降低消费者对于喜闻乐见饮食文化的搜寻成本,激励行业企业提高产品质量和服务水平,维护地方特色小吃品牌信誉,从而保障消费者、生产者和经营者的利益,促进社会主义市场经济健康发展。

(丛立先,原载《经济日报》)

扫码领红包,当心额外收费钻空子

“扫码领红包”“扫码抽手机”“先别拆,你有一箱方便面待抽取”……眼下,很多包裹上会附带一个二维码,还配有引导扫码的标语。有人以为是商家赠送的红包或礼品,但扫码后却发现弹出的是各类小广告。专家提醒,消费者要慎重扫码,以免产生额外消费。

“扫码领红包”这样的标语对不少消费者很有吸引力,可当扫码进去之后,大多都没有奖品可以领取,而是各种促销广告,诱导消费者办卡或消费;有一些还需要填写姓名、手机号等个人信息,这也带来了消费者个人

信息泄露的风险。

据了解,快递面单上的广告由菜鸟统一负责,并非商家自己印制。菜鸟方面向媒体表示,这属于正常操作的广告位,投放广告的都是正规商家,已经经过了筛选,消费者可以选择不填信息。

可一些广告上写明“扫码领红包”“扫码抽手机”,实际上却在诱导消费者购买产品或服务,这样的做法涉嫌侵犯了消费者的知情权与选择权。依据《消费者权益保护法》,经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面,不得作虚假

或者引人误解的宣传;经营者收集、使用消费者个人信息,应当明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。“扫码领红包”如果诱导消费者填写个人信息,也涉嫌侵犯消费者的个人信息。

因此,不能将“扫码领红包”仅仅当成正常操作的广告位,菜鸟要规范自己的广告投放行为,对投放广告商家严格审核,更不能让不法商家浑水摸鱼,利用“扫码领红包”活动侵犯消费者合法权益。同时,行业主管部门也要加强对快递企业、平台的监管力度,对于侵犯消费者权益的违法违规行为,要

加大打击力度,提高无良商家的违法违规成本。消费者也要增强防范意识,天上不会掉馅饼,对“扫码领红包”不随便扫码。

数据显示,2020年全国快递业务量为833.6亿件,已连续7年居世界首位。“双11”期间,快件数量更是剧增。快递面单上的广告,能够随快件送进千家万户,广告效率明显,自然受到很多商家的青睐,也成了平台变现的一个重要渠道。平台在快递面单上投放广告并无不可,但相关广告要符合规范,不能违法违规,侵犯消费者权益。(戴先任,原载《苏州日报》)

给晚霞一节“自习”,值得!

前段时间的一个傍晚,在山东潍坊的一所中学里,一位地理老师进入教室让同学们先停止答题,看向窗外。东边是彩虹,西边是晚霞,学生们纷纷跑到窗外,连连惊呼,赞叹不已。

“我觉得如此漂亮的彩虹和晚霞是值得拥有一节自习的时间来换的”,这位老师的表达在网络上受到了广泛的称赞,被网友们称为浪漫的地理老师。作为老师充分利用了自己的学科为学生们布置了课后作业“观察和思

考彩虹形成的原因”,既充分调动了学生们的好奇心、学习热情,又扩展了学生们的课外知识能力,积极引导着学生们去发现生活中的地理现象,以至于建立学习兴趣和信息,简直是寓教于乐,实现双赢。作为老师,多角度,贴近生活的教育,是家长和社会更加提倡,德育相辅,共同发展。

被当做“金子”般珍贵的学生时代,因为学业的压力,学校的、家长往往过分要求学习投入,主张用题海战术,用足够的时间成本去换取学业

的成功,但是往往忽略了生活、学习的本质。学习是学生的主要任务,“唯有知识可以改变命运”仍旧适用,但不是一味地扑进去书本和题海中,学习的过程中也应该有适度的放松。傍晚的晚霞、初升的朝阳、雨后的彩虹、晴空万里的天空,美好的景象总是转瞬即逝的,就好像孩子们的学学生时代,伴随着答题的苦恼、父母的唠叨、课业的繁重,除了这些令人烦恼的事情之外还有很多生活的美好,往往容易被忽略了。在紧张忙碌的学业中,抬头看看窗外的

风景,低头看看脚下的路,让自己急切步伐,焦虑的目光为生活驻足一下,既是一种身心的放松,又是另外一种学习。

生活中处处都是学问,更需要我们有一双发现美好的眼睛,我相信这场傍晚的晚霞和彩虹一定会在孩子们的记忆里留下深刻的回忆。学生不能只做学习的机器,生活中还有好多东西要去感受、去欣赏,要积极的享受成长的过程,绽放青春的色彩!

(陈舒颖,原载《新华日报》)

(请作者和本版编辑联系,以领取稿酬)