

社评

打造“直播之都”不能只靠“抄作业”

过去几个月,新冠肺炎疫情深深影响了实体经济,却也在一定程度上“点燃”了电商发展的激情,尤其是直播电商凭借其即时性、互动性和趣味性迎来了“井喷式”增长,为沉寂的消费市场注入了强大活力。这种行之有效的新生产消费模式和直观的效果也吸引各级政府的注意。“市、县长直播带货助农”蔚然成风,甚至得到了党和国家领导人的关注。据相关数据显示,今年上半年参与直播带货的市长(县级市以上,含副市长)已超过150位。

新风口下,许多城市都“坐不住了”。“全国著名直播电商之都”“品牌直播第一城”“直播经济总部基地”“北方直播电商领先城市”……今年以来,广州、上海、杭州、成都、重庆、济南、青岛、石家庄等十余个城市相继亮出目标,要大力发展直播电商经济,打造“直播之都”。

忽如一夜春风来,千树万树梨花开。在被疫情重创之后,各地经济都出现了不可避免的下滑态势,但直播电商让各地看到了新的潜在增长点及新经济发展模式。仿佛一夜之间,直播电商成为了不少城市拉动消费、提振经济的不二选择。说到底,其实就是通过直播电商这一新兴业态,争夺产业、人才和城市的未来。

毫无疑问,对于一些城市来说,发展直播电商经济是应对冲击、打造地方发

展新增长极、促进地方经济健康发展的积极探索,一定程度上也值得其他地方积极思考和借鉴。然而,在“直播热”的大潮面前,我们还需冷思考:这到底是城市经过深思熟虑后的选择,还是盲目追逐风口的“一哄而上”?城市究竟该如何发挥自身优势打造“电商直播之都”?

7月13日,本报刊发的《十余省市抢建“直播之都”,风口还是虚火?》一文针对城市频频入局直播电商领域的现象进行深入观察报道,直指城市电商发展政策存在“抄作业”之嫌,提出“一窝蜂”推进“直播之都”建设是否导致资源过剩的隐忧。

事实上,与城市以往引进的产业不同,直播电商依靠人、货、场实现高速流转,是一个效率更高的新型产业。因此,各地要抢建直播之都,就要在人、货、场上下功夫。在直播人才的分布上,目前杭州走在全国前列,数据显示,目前淘宝约有10%的主播分布在杭州。近期杭州市余杭区公布了12条直播电商政策,诸多真金白银的补助奖励,招揽各类直播达人 and 带货“网红”。可以预见,未来能够推动当地消费、直接拉动当地经济发展的直播电商人才,将成为城市竞相争夺的创新型人才。

除了人才,货和场也是直播电商中促进成交的重要因素。在这方面,广州、

义乌都有很大的优势。作为千年商都的广州积淀深厚,拥有600多个专业批发市场,具有深厚的商贸基础、服务业基础以及稳定高效的供应链优势;而义乌则是全球最大的线下小商品市场,疫情期间,大量曾以外贸为主的义乌小商品经营户开始以直播带货的方式打开国内销售渠道。只有拥有了完善的人货场,并有相对完整的产业链及供应链各环节的配合,直播电商的生态系统才能得以建立。正如上述提及的杭州、广州和义乌,凭借自身在商贸领域的积淀,打造“直播之都”才会成为可能。反之,如果没有强大的供应链体系,没有相关产业的配合,即使重金引进网红主播、MCN机构,也没有适宜其生长的土壤。

当下,野蛮生长的直播流量开始被挤出水分,弊端逐渐显现。风口退去,“直播之都”的火热建设更需要城市更多的冷思考。要想发展好直播电商这样一个新兴的产业,城市应该因地制宜,将自身特色与新产业结合起来,完善政策法规体系、健全人才培养制度,协调推进产品与产业链设计等,才能打造出理性健康发展的“直播之都”。

认准直播经济的风口彰显的是城市智慧,而抓住风口打造“直播之都”,不能只是喊口号、“抄作业”,考验的更是城市治理者的境界、勇气和魄力。

察言观社

“困难户护长城”护出多赢格局

■李英锋

近日,北京市密云区在基层长城保护员的选拔中优先录用低收入户,使他们每月能领到2600余元固定工资。这笔钱对于低收入户堪称“雪中送炭”,同时也让基层群众参与长城保护的积极性更高。

野长城需要守护,困难户需要帮助。而优先选录困难户守护长城则将这两种需求对接,由前者为后者提供就业增收的岗位,由后者为前者提供文物守护的劳动力。显然,“困难户护长城”能护出多赢格局。

困难户大都是生活劳作在长城附近的农民,长期与长城为伴,对长城的情况和巡查路径比较熟悉,对长城也有比较深的感情,由他们守护长城,非常方便,也更易激发出责任意识。

守护长城是一份工作,也是一种教育。之前,不少居住在长城周边的村民文物保护意识薄弱,甚至或多或少有过破坏长城的经历。保护长城,尤其是野长城,必须从长城的“身边人”开始。安排长城周边的困难户看护长城,并经由困难户濡染带动引导其他村民,有助于长城的“身边人”转变观念,增强针对长城的主人翁意识和保护意识。

“万里长城”中被重点开发保护的区域,诸如八达岭、居庸关、山海关长城,只占很小的一部分,绝大部分的长城都属于野长城,都处于欠保护甚至无保护状态,在自然侵蚀、人类活动的双重威胁破坏下,野长城的状态堪忧,不少地段的野长城千疮百孔、墙裂楼塌、岌岌可危,有些地段的野长城则已消失,只留下了墙基和碎砖,在诉说着千百年来的沧桑。加强对野长城的保护已刻不容缓,尤其是针对近年来日益活跃的驴友探险等活动,必须有侧重地加强对野长城的保护。北京市密云区共有长城182.1公里,跨越11个镇、57个行政村。作为野长城的保护管理“大户”,密云区本着优先录用长城周边困难户的理念,建立长城保护员队伍,履行清理垃圾、劝退野游客、制止破坏行为、消除破坏风险、固定破坏证据、报警、上传长城动态信息等职责,能够有效呵护长城环境,促进长城的文物保护和生态保护,增强长城的生命力,也能倒逼人们提升文明意识,养成人人爱护长城的良性氛围。

困难户实际上就是贫困边缘户,收入来源渠道少,收入低,抗风险的能力很弱,稍微遇到点事,就可能陷入贫困甚至深度贫困状态。对于他们而言,长城保护员的岗位就是一个扶困公益岗,就是一份生活的保障,就是一抹前行的亮光。2600多元月工资可以明显提升困难户的收入水平,改善困难户的生活境遇,将他们推离贫困边缘区,让他们的生活更有劲头和奔头。可以说,以这样的方式扶困,也是广义的脱贫攻坚战的一部分,也能为打赢脱贫攻坚战缓解压力,提供支持。

把扶贫助困与文物保护、生态保护结合起来,是一个非常好的思路。“困难户护长城”的做法值得各地学习借鉴,当然,困难户或贫困户除了护长城,还可以护河、护海、护山、护林、护草原、护大气、护野外的其它文物等,这些措施都可以满足双向需求甚至多向需求,都可以达到实现多赢的效果。

严查占地

记者从河南省自然资源厅获悉,为遏制农村新增乱占耕地建房行为,河南省自然资源厅近日下发《关于坚决遏制农村乱占耕地建房“八不准”行为的紧急通知》,严查农村8类乱占耕地建房行为。

新华社发 王鹏作



微言微语

与其事后排队道歉,不如事前多修“内功”

背景:

7月16日晚,受疫情影响推迟四个月的中央广播电视总台“3·15”晚会与观众见面。海参养殖使用敌敌畏、汉堡王售卖过期食材、“黑心”毛巾贴国标……多个企业违法违规操作被曝光。面对晚会曝光和消费者的声讨,涉事企业争先恐后发表声明,网上成了大型道歉现场。晚会尚未结束,汉堡王、嗨学网、趣头条、宝骏汽车等企业或是表达诚挚歉意,或是感谢监督批评;当晚,万科、国美易卡、永亮毛巾等品牌也相继作出回应。

④殷呈悦:每年“3·15”晚会之后,被曝光企业第一时间回应舆情危机,执行提前

制作的应急预案,几乎是“熟能生巧”的规定动作。坦然面对是第一步,严肃整改,引以为戒,才是接下来的关键。第一时间排队道歉,不是平息消费者怒火的法宝;平日积攒的信用和口碑,才是行稳致远的利器。

④草芊:对商家诚信的希望不能仅仅寄托于晚会,一台晚会不过曝光几个企业。工商和市场监督管理部门应该建立突击检查和常规监管相结合的工作机制。完善举报监督体系,加大曝光和问责力度,不能仅仅口头道歉承诺整改就完事,凡涉刑事案件的都要毫不留情地依法进行制裁。要让老百姓真正生活得放心!

④问问:对于一个品牌来说,如果一家店被查出有问题,就应该在全国范围内所有门店进行整治,这样才能够给曝光企业足够的压力,而不是总拿加盟店这一借口来搪塞。

④沙元森:因为特殊原因,今年的“3·15”晚会来得有些迟,很多消费者也因此付出了更大的代价,有些损失原本可以更早就止住的。只有一台全国关注的“3·15”晚会显然是不够的,群众需要更多形式的“3·15”晚会。在全媒体时代,舆论监督应该成为社会生活的常态,只有让那些小问题小毛病及时得到暴露和解决,才能真的让监管省心,让群众放心。