

三江热议

金庸仙逝 无需忧虑无人扛起武侠大旗

何勇

大侠金庸仙逝,这是中国文坛的巨大损失。对于华人而言,基本上深受金庸小说的影响。即便一些人没有看过金庸的小说,但大多看过金庸小说翻拍的电视剧、电影,并深深喜爱金庸。

金庸与古龙、梁羽生合称为“中国武侠小说三剑客”。随着金庸仙逝,“中国武侠小说三剑客”成为绝唱。很多人除了悼念金庸大侠之外,更多的是在思考江湖远去,并由此产生了一个焦虑,那就是今后谁来扛起武侠小说的大旗,谁来重新撑起武林江湖这块招牌。因为近十几年来,武侠小说在我国处于没落、衰败状态,几乎没有优秀的武侠小说作品面世。而且,年轻的武侠小说作家群体中,找不出一个可以与当年的金庸、古龙、梁羽生等人相提并论的,特别是金庸的武侠小说俨然成了中国武侠小说的巅峰,让人难以攀越甚至是不敢去攀越。

但是,从文学发展角度说,金庸仙逝,纵然江湖随之远去,我们无需忧虑没人能够扛起武侠小说这面大旗。任何一种文学题材的兴衰,背后都有着深层次的社会历史背景,武侠小说的兴盛与衰落亦是如此,这是文学发展的规律。

金庸的武侠小说之所以深受华人读者喜爱,超越传统通俗小说。究其根源,不只是他的武侠小说创作出了乔峰、郭靖、张无忌、令狐冲、韦小宝等令人喜爱的江湖侠客角色,更重要的是,他的武侠小说普遍以真实的民族历史背景为依据,表达了深厚的人文精神和家国情怀。但随着法治的进步和经济的发展,金庸武侠小说诞生的时代背景逐渐消失,人们不再过度迷信和崇拜侠客,今天的读者已经对这类武侠小说没有太大的需求了。

事实上,在网络文学盛行的今天,武侠小说虽然衰落了,但其他题材的小说呈现出繁荣局面。近十年来,魔幻、修真、盗墓、穿越等题材的小说不断发展,涌现了大量的优秀作品,深受年轻读者喜爱。今天的年轻人看魔幻、修真等题材小说的场景,如同上世纪八九十年代年轻人看金庸小说一样,都是爱不释手。或许今天很多家长骂孩子看魔幻等题材小说的场景,也跟当年他们的父母骂他们看金庸小说时的场景一样:这种小说有“毒”,不能看。

每个时代都有属于自己的文学,这是文学发展的规律,唐诗宋词元曲明清小说的发展轨迹是如此,武侠小说从繁荣到衰落也是如此。金庸仙逝,武侠江湖远去,但其他题材的文学江湖或许正在形成“六大门派围攻光明顶”之势。

双11价格保护 有处罚还要有赔偿

毛建国

双11快要到了,天猫发布双11价格保护机制。根据天猫规则,凡是报名参加2018天猫双11的商品,其销售价格必须是在9月15日—11月10日期间最低成交价的基础上,至少再让利10%;而在活动结束后15天内,其销售价格不得低于双11正式活动价格或预售价格。对虚假降价的商品,天猫会立即将该商品清除出购物节活动会场。对那些被消费者举报虚抬价格的商家,天猫平台在查实后,也将严厉处罚。

10月31日《北京青年报》

在一次演讲中,马云曾经感慨,对于企业来说,改革是不可能在不好的时候进行的,改革是被逼出来的,创新也是被逼出来的。这次天猫发布双11价格保护机制,也应该是“逼出来的改革”吧?

能够无中生有地制造出一个消费时点,电商自然不简单。任何人也不能否定电商带来的改变,也否定不了其带来的改变。但抱着公允态度,这个消费时点也出现了许多问题。譬如,以假货、假降价、假成交量为代表,“买买买”背后的“假假假”问题一直都存在。去年,中消协曾提示参加双11促销活动的539款非预售商品中,在整个体验周期内,不在11月11日也能以双11价格或更低价格(不考虑联动活动情况)购买到促销商品的比例达到78.1%。先涨后降、虚构“原价”、随意标价,已然成为一些商家的“忽悠三板斧”。这就是假降价。

有必要商榷,发现问题清除出活动,这是正常处罚还是严厉处罚?还有一点,现在对双11的价格保护,主要是通过“罚”体现的。“罚”的收入主要进入了天猫口袋,天猫算不算“从错误中受益”?作为“假假假”的受害者,很多消费者根本不知道猫腻,即便怀疑也可能嫌麻烦不声张,即便投诉了也可能被天猫“智能机器人”消耗掉耐心,即便坚持下来也有可能没有下文,即便有了下文又如何?难道只是拿回差价吗?

这些年来,整个市场一直在讲传统经济要有互联网思维,可互联网经济何尝不应有一点传统商业思维?譬如在实体商业,只要发现问题,就由平台处理,极大地提升了消费体验。电商平台也应如此,只要出现了问题,就应该由平台处理,先行赔偿。关键在于“偿”,一旦发现价格失真,就立即给予消费者应有的补偿。有补偿才有诚意,也才能把压力传导下去。

双11价格保护是逼出来的改革,逼出来的改革也是改革,并不丢人,关键是要逼出精彩。由此出发,双11价格保护有处罚还要有赔偿。可现在,只看到了对商家的惩罚,并没有看到对消费者的补偿,不知是否又习惯性遗忘了,还是规则里有,只是没有单独拎出来讲。

投稿邮箱 nbwbjpl@163.com

临床验证是选择益生菌的“金”标准

中国营养学会全国第二届益生菌益生元科学大会召开



点。新加坡微生物学会主席、新加坡国立大学教授李元昆强调,益生菌益生元的效用是有科学基础的,有着充分科学实验、临床试验论证支撑,这是学术界的共识。

东南大学公共卫生学院营养与食品卫生系主任、中国营养学会常务理事孙桂菊教授介绍:“人体肠道中有三类细菌,它们分别是共生菌、条件致病菌和致病菌,补充益生菌相当于增强对人体健康有益的共生菌的数量和功能,当肠道中益生菌达到一定数量时,其他的致病菌空间就会被‘挤压’,从而达到维护和改善健康的目的。”

中国营养学会益生菌益生元与健康分会主任委员、军事科学院军事医学研究院研究员杨瑞馥说,当前获批上市的益生菌产品安全性有保障,但由于个体差异,消费者在选择产品时要注意找到适合自己的菌株。

安利大中华研究开发、技术法规及质量管理副总裁陈佳同样建议,消费者在挑选益生菌产品时,一是要注意产品标示的益生菌菌株是否经过临床验证,临床是“金”标准;二是看整体菌群数,只有摄入人体后仍存活的菌群,才是有效的菌群。此外,要针对自身需求来补充相应的益生菌。陈佳同时呼吁学术界、行业协会、媒体与企业紧密联系,建立机制,向公众传递科学、正确的健康观念。

近年来,益生菌市场规模日渐扩大,根据欧睿数据显示,2017年全球益生菌产品市场规模约360亿美元。其中,中国市场规模约455亿元人民币,预计2022年将增长至896亿元人民币。在市场迅速发展的同时,公众对益生菌的认知尚存在诸多误区。为了向大众科普肠道健康和益生菌知识,大会还开设“益生菌科普沙龙”直播环节,邀请专家就消费者关注的益生菌问题答疑解惑。

孙桂菊教授在“益生菌科普沙龙”中指出,人体最初通过顺产分娩和母乳喂养,会从母亲那里获得肠道菌群,但随着饮食、药物、环境、压力等外界因素影响,体内有益菌会随年龄增长逐渐失衡。对儿童来说,菌群失衡会导致孩子便秘腹泻、营养不良、体质差、过敏、湿疹,女性菌群失衡还会诱发妇科炎症,甚至影响生育。因此,适当补充益生菌是必要的。

作为国际营养保健食品领导品牌,安利纽崔莱一直致力益生菌基础科研与产品升级,安利(中国)产品培训总监张旭介绍,安利纽崔莱已于10月份上市3款益生菌产品,这3款产品配方经过多项临床研究验证,上千人受试,确保18个月有效期内每条包的活菌数量达100亿,同时更具针对性、个性化,适用于整个家庭,特别是满足女性、儿童与老人对益生菌需求。

通讯员 胡骏 文/摄

10月29日,全国益生菌益生元科学大会上,业界专家回应媒体对益生菌益生元不实报道,共同呼吁消费者应该如何选择和使用益生菌。左起:刘烈刚教授(华中科技大学同济医学院)、王欣研究员(浙江省农业科学院、中国营养学会益生菌益生元与健康分会副主任委员)、李元昆教授(新加坡国立大学、新加坡微生物学会主席)、杨瑞馥研究员(军事医学科学院微生物流行病学研究所、中国营养学会益生菌益生元与健康分会主任委员)、陈佳副总裁(安利大中华研究开发、技术法规及质量管理)。

10月29日至30日,中国营养学会全国第二届益生菌益生元科学大会暨分会成立大会在浙江宁波召开,本次会议的主题是“益生菌益生元与健康促进”。会议由中国营养学会益生菌益生元与健康分会主办,浙江省营养学会、浙江省农业科学院、宁波大学、浙江工商大学、宁波市营养学会协办。来自政府、学术团体、研究机构、高校及企业的400多位嘉宾参与此次会议,就益生菌的前沿研究、健康影响、管理规范、应用领域话题展开交流和探讨。

中国营养学会理事长杨月欣在大会中作《膳食营养素与益生菌的渊源》的报告,从营养科学的理论核心、肠道菌群与人类共生共存、肠道菌群与饮食结构的关系等方面,对膳食营养素与益生菌的渊源进行了回顾总结,同时呼吁科研机构能够与主管部门、企业、媒体等共同努力,促进益生菌益生元的研究投入,推动健康产业发展。

针对日前媒体对益生菌益生元的不良炒作,与会专家分别给出了自己的观