

三江热议

交好“朋友圈”助“公益”远行

李云勇

2021年除夕夜,全国道德模范、宁波“支教奶奶”周秀芳在央视春晚的舞台上向全国人民拜年。从去年开始,她有了一个新的身份——周秀芳一起行善联盟负责人。近年来,宁波通过抓制度、抓项目、抓引导,涵养出一个个公益团队,由此不断壮大志愿服务力量、丰富项目品牌、普及公益理念,培育出人人向善的风尚和开放包容的土壤。

3月25日《光明日报》

去年11月23日,宁波“We志愿”服务平台3.0版本上线。余姚市民邵贤艳参与志愿服务活动已有10多个年头,在“We志愿”上的志愿服务时间累计超过900个小时,积分超过9000分。如今,宁波公益团体已经从以商人群体为代表的1.0版本和志愿服务专业化的2.0版本,进入了跨界融合、人人参与的3.0版本,做公益逐渐成为百姓触手可及的一种生活方式。

公益飘香远,宁波好人多。为公益扩大“朋友圈”,宁波的经验值得学习与借鉴。

要让公益“香”,就得与社会交朋友。哪里需要爱心,哪里需要公益,不能想当然,那种“老人一天洗多个澡”的所谓公益是脱离了社会需求的,是不受欢迎的。去年抗疫,宁波公益团队集体出动,将志愿力量延伸到抗疫一线,有力地保障了防疫复产等需要。急民众之所急,想民众之所想,公益与社会广交朋友,赢得了社会各界的支持,近代以来,在以宁波商帮为代表的社会力量的推动下,宁波不仅善堂林立,各类慈善组织与公益活

动也层出不穷。

要让公益“香”,就得与同行交朋友。如果官方组织和民间组织互相拆台,就会冲淡人们对公益的信任。宁波每年都会开展新时代文明实践志愿服务项目大赛,为广大志愿服务组织提供交流合作与展示比较的平台,为优秀志愿服务项目提供资源对接和复制推广的平台,推进志愿服务专业化发展。宁波是个好榜样,公益组织,不管是官民之间,民民之间,还是官官之间,都要学习,学会互相尊重,互相取长补短,才能让各类公益组织齐头并进。

要让公益“香”,就得与法治交朋友。公益事业能走多远?一些民间抢险等公益组织遭遇发展困境,仅有热血是不够的。从2014年起,宁波启动了志愿服务制度建设,以法规条例、意见办法、标准指引等三大类内容构成总体规划,逐步丰富宁波志愿服务格局。2017年发布的《宁波市注册志愿者志愿服务人身意外伤害综合保险制度》走在全国城市前列,最高赔偿金额达100万元,为志愿者消除后顾之忧。保护好自己,才能更好地保护好他人,法治有力护航,公益才能远行。

交好“朋友圈”,公益组织当好群众的知心人,社会的送暖人,中国的志愿者,让每一份善意都及时得到落实,就能将广大民众热心公益的热情转化为日常自觉行为,在全社会形成强烈辐射效应,树立公益良好的社会形象。交好“朋友圈”,助“公益”远行,让每个人与公益产生“化学反应”,中国的公益之路就会越走越宽广。公益飘香远,正能量满满,就能为推进民族复兴伟业提供源源不断的强大支持。

街谈巷议

提前“还路于民”是一种真正的民生情怀

郭元鹏

3月23日,从宁波轨道交通传来好消息,5号线一期海晏路段地面交通已提前2个月恢复通行,首次实现“地下地铁线路未通、地面道路先行恢复”的协同共建模式。同时,海晏北路站4月份将同步开放F、G出入口和地下通道。“提前还路于民”受到了赞扬。

3月24日《宁波晚报》

宁波的这处地铁修建工程的“为民情怀”是最大的亮点:一个是,尽量压缩工期,减少“给民添堵”的时间;一个是,在地下工程还没有投入使用的情况下,就本着为民情怀的出发点,提前“还路于民”,让市民出行方便起来。

提前“还路于民”是一种真正的民生情怀。随着城市的发展,随着乡村的振兴,我们已经进入了一个大建设大开发时代,既然要施工,也就难免“堵死道路”,这是不能回避的。然而,“为民修路”是好事,但是要把“好事办好”却离不开为民情怀。不能把“为民修路”变成“给民添堵”,不能因为“为民修路”就理直气壮地“想堵就堵”,

甚至“一堵到底”。

笔者生活在江苏一个县城。我们家附近有一条1公里多的道路需要填埋管道,修建路边花坛。这原本是一件好事情。而让我们不能理解的是,“为民修路”变成了无底线的“给民添堵”。2020年12月份,这条道路就被施工单位“堵死了”,而到了2021年的3月份了,这条道路依然“堵死着”。

“为民修路”肯定是好事,但是一定要有“为民情怀”。一个方面是,要尽量计算好工期,最大程度降低“添堵时间”;一个方面是,在能够采取“半路封闭”的情况下不要“封死整条道路”,最后,是不能封死道路后,却迟迟不施工。

进入大建设时代,未来道路修缮,新建道路等等会成为“新常态”,这种情况下的施工一定要尽量做到“少添堵”“不添堵”,变“想堵就堵”为“科学施工”,变“无底线的堵”为“人性化的堵”,尽量方便市民出行。因此,有关部门应该探索“堵死道路”的标准。地铁未开通,周边道路先行恢复通行。宁波市的“提前还路于民”的施工理念值得学习!

图说世相



“限高令”成了“稻草人”?

日前,北京市西城法院对失信被执行人赵某司法拘留15日,原因是他通过“黄牛”购买了一张高铁票并顺利出行。“新华视点”记者调查发现,被限制消费的“老赖”继续乘高铁、坐飞机出行的并非个例。

“解决失信人出行难题,机票高铁无限制,24小时在线为您解答”“成交只是开始,服务永无止境”……网络上一些公开而又隐秘的广告背后,暗藏着哪些绕开“限高令”的“暗道”?

3月24日新华社

热点追评

整改开机广告“一键关闭”仅是第一步

张西流

历时一年多,由江苏省消费者权益保护委员会提起的全国首例“智能电视开机广告”消费民事公益诉讼终于尘埃落定——江苏省高级人民法院23日作出二审判决,维持了乐融公司侵犯消费者选择权和公平交易权应予整改的一审判决,二审判决已于24日送达至江苏省消保委。

3月25日澎湃新闻

智能电视的普及,让随意点播视频、回放都不再是难事,大部分电视用户购买智能电视,也就是为了方便点播节目。然而,打开任何一台智能电视,都会有短则几秒、长达几十秒的广告,并且不能跳过、不能关闭、不能快进。

针对开机广告,2019年7月,江苏省消保委曾约谈7家电视厂商,要求限时整改开机广告。经过4轮整改,除乐视外,6家企业整改均取得显著成效,“一键关闭”功能取得重大进展。特别是,全国首例“开机广告”公益诉讼在江苏尘埃落定,法院二审判决乐融公司智能电视开机广告侵犯了消费者选择权和公平交易权,应予整改,确保“一键关闭”。

事实上,开机广告是近年来随互联网电视发展而出现的新商业形式,在销售电视硬件不赚钱的背景下,开机广告成为当下电视厂商重要的利润来源。换言

之,开机广告已经成为OTT行业最大的商业模式,目前国内智能用户前三的海信、创维、TCL,每年仅此一项的广告营收都在数十亿元。特别是,包括小米、乐视、暴风、OK电视在内的部分互联网公司,为了抢占电视市场,依靠低价吸引消费者购买,通过开机广告、或者提供其他增值服务来盈利,带来的结果却是,整个行业的利润率越来越薄。

问题是,智能电视的开机广告,属于《广告法》第44条规定的互联网广告范畴,是不能强制用户观看的。而许多互联网电视品牌,在其商品的详情介绍页面中,没有明确标明该电视开机时带有广告,且其开机广告无法取消,这种做法,侵害了消费者的权益。

可见,整改开机广告,“一键关闭”仅是第一步。既然强制消费者收看开机广告,是一种违法行为,有关部门就不能放任不管,应出台针对性规定,从源头上清除这种影响生活品质的“牛皮癣”。同时,即便电视企业仍然自带开机广告,但应该给消费者知情权和选择权,让消费者能够自主设置是否观看开机广告,不能强制用户收看。特别是电视企业,应主动摒弃开机广告商业模式,在产品功能和售后服务等方面,获得消费者认同,回归硬件盈利的商业模式。