

网红直播扶贫 这个可以有

微评

摘帽 应成历史文化名城保护机制标配

□付彪

为传承发展优秀历史文化,加强对历史文化名城、名镇、名村的保护和管理,《山东省历史文化名城名镇名村保护条例(征求意见稿)》近日公布,向社会公开征求意见。征求意见稿明确,省人民政府应对省级历史文化名城、名镇、名村等建立警示和退出机制。(据《大众日报》5月13日报道)

保护历史文化名城、名镇、名村,就是保护我们的文脉。然而现实当中一些名城、名镇、名村并没有得到有效保护,有的甚至被严重破坏。这其中的一个重要原因在于,历史文化名城、名镇、名村的“帽子”只能戴不能摘的管理机制,让一些地方淡化了保护意识、责任意识。不久前,住房和城乡建设部、国家文物局通报批评了五个保护不力的国家历史文化名城,值得注意的是,其中的山东聊城在2013年就因保护不力被通报批评。这就警示我们,没有摘帽的压力,历史文化名城往往并不能得到周全的保护。

历史文化名城、名镇、名村保护不力或被摘帽,这样一个既能戴也能摘的动态机制,将倒逼各地切实增强保护意识,避免历史文化名城、名镇、名村沦为历史。在历史文化名城、名镇、名村的保护机制中,摘帽应该成为一个标配。

约法三章 让同学聚会更纯真

约法三章 让同学聚会更纯真

□杨朝清

近日,湖北枣阳市白水高级中学2012届高三(2)班的同学聚会在江汉路一家餐厅举行。这是该班时隔6年后的第二次同学聚会。为办好这次聚会,组织者孟飞飞在同学微信群中约法三章:谁谈及买房问题,在同学群中发电子红包100元,谈及工作和收入问题者负责买单。(据《武汉晚报》5月13日报道)

同学聚会的初衷,在于重温校园记忆,加深彼此之间的同窗之谊。然而,现实中不少同学聚会已经悄悄变了味道。酒席间炫富者有之,比拼权力和关系者有之,试图建构人脉的有之,当世俗的气息、势利的眼光和浮躁的心态充斥其间,同学聚会也就变得有名无实,成为不再纯洁的名利场。

不论是房子、车子,抑或工作和收入,都会在无形之中传递出微妙的信息,成为同学之间比较、攀比的工具,都会让同学聚会跑偏变味。同学聚会约法三章,通过禁止直接的、变相的炫耀和攀比,纠正某些不良风气,让同学聚会变得简单、纯洁,这是对变味的同学聚会的纠偏,值得点赞并效仿。

□张博

5月10日下午,在北京市互联网+消费扶贫主题日活动上,腾讯、新浪、百度、字节跳动及国美集团等知名互联网企业和电商平台与北京市扶贫办签署战略合作协议,承诺将利用自身平台优势,通过网络大V、网红等力量,在扶贫宣传、消费扶贫、人才培养、产业扶贫等方面深入开展工作,助力受援地打赢脱贫攻坚战。(据《新京报》5月12日报道)

听说这个熏鸡是吃蚂蚱、喝矿泉水长大的,炖了七八个小时,真的很香。果然是来自呼伦贝尔大草原的羊肉,一点膻味也没有。网红直播不卖美妆、不卖网课,而是推介颇有特色的扶贫产品,此情此景确实让人眼前一亮。我们应当为

这样别开生面的网红直播点赞,也应当从中总结经验、获得启示。

如期全面打赢脱贫攻坚战,需要利用一切可以利用的资源,调动一切可以调动的力量。在信息时代,互联网的力量无远弗届。利用互联网平台,把互联网和脱贫攻坚结合起来,完全可以创造出许多新的扶贫模式。习近平总书记指出,要实施网络扶贫行动,推进精准扶贫、精准脱贫,让扶贫工作随时随地、四通八达,让贫困地区群众在互联网共建共享中有更多获得感。这次北京市网红直播扶贫的探索再次证明,互联网在打赢脱贫攻坚战、决胜全面建成小康社会中应当也能够有更多施展拳脚的空间。

脱贫攻坚能从互联网中获得的最大利好是什么?答案也许就是解决信息不

对称问题。由于种种因素的影响,贫困地区往往也是信息相对闭塞的地方。现实当中,许多贫困地区并不缺乏独具特色的农产品、原生态的自然景观等资源,但苦于无人发掘、无人推介,久在深山人不知。身处信息时代,特产却因没有流量而没有销量,风景却因没有信息流而吸引不来人流、资金流,这恐怕是许多地方脱贫致富路上的一个巨大屏障。而破除这样的信息屏障,互联网显然是当下最有力、最对路的一种工具。利用好这个工具,不仅要建设好相关的基础设施,还要充分利用好包括网络大V、网红在内的各种网上力量,吸引尽可能多的人关注贫困地区、贫困群众,撬动一切可以撬动的社会资源来助力脱贫攻坚。

要想富,先修路。过去,我们修的是

有形的公路,现在还要建设好、利用好无形的网路。近年来,我省保定市采取多种形式引进京东、阿里巴巴等知名电商企业,与阜平、涞源等8个贫困县建立了合作关系,一定程度上改变了原来偏远山区农产品滞销的被动局面。事实上,类似的事例不管是省内还是省外都还有很多,我们应当从中看到一些脱贫致富的新思路、新途径。

互联网是一种改变世界的力量,也能够成为改变贫困面貌的有效杠杆。网红直播扶贫,这个完全可以有、应当有,甚至必须有。

纵横谈

zonghengtan@126.com

集思录

发不出去的奖励 严重缺失的亲情陪伴

□贾梦宇

每天陪伴父母1小时,当月费用可减免200元。去年11月,湖北省武汉市武昌区一家颐养中心推出了一项名为“亲情陪伴”的奖励。然而,亲情陪伴奖励却遭遇尴尬,半年多来,尚无一人享受到费用减免。(据上游新闻5月12日报道)

孝敬父母是子女的基本义务,也是中华民族的传统美德。按理说,不管有没有奖励,子女都应该常到养老院看望、陪伴父母。然而令人遗憾的是,现实中许多子女把老人送到养老院后,就对老人不闻不问,只在每个月需要缴费时,才不得不去看望一下。而随着网络缴费的普及,一些子女去养老院的次数更是越来越少。

其实,子女赡养父母除了应当履行经济上的供养义务之外,还包括生活上的照料和精神上的慰藉等。《老年人权益保障法》明确规定,家庭成员应当关心老年人的精神需求,不得忽视、冷落老年人。特别强调,与老年人分开居住的赡养人,应当经常看望或者问候老人。现实当中,为

了让子女多来看看父母,一些养老院进行了不少尝试:有的在墙上张贴孝老宣传画,提醒子女常来看看父母;有的规定费用只能一个月缴一次,即使通过微信或支付宝转账缴费,也必须当面转账。而亲情陪伴奖励更是试图通过直接让利的方式,督促提醒子女多陪伴父母。

每天陪老人1小时,一年也不过365小时,折合下来只有15天。亲情陪伴奖励的获奖门槛真的已经很低了。然而就是这样一个低门槛,却在长达半年多的时间里居然没有一个人能够跨越。这一方面再一次反映出亲情陪伴的严重缺失;一方面说明呼唤缺失的亲情陪伴,单靠养老机构的宣传提醒甚至物质奖励还远远不够,而是必须多方发力,综合施治。

儿女灯前,父母膝下,是人生至福。每一个能直接陪伴父母的日子,都应该成为儿女们分秒必珍的美好时光。希望在各方面的共同努力下,各种各样的亲情陪伴奖励能够被越来越多的人获得,更希望在不远的将来,亲情陪伴再也无需物质奖励去引导和刺激。



画里有话

图/阎汝明 文/胡建兵

恶意退货 不能有

日前,有淘宝卖家反映,一位顾客在五一假期前购买了18件衣服,总价4600多元,假期后以“不喜欢”为由要求退货,但卖家发现,在该顾客的朋友圈里,有大量该顾客和朋友穿着所购衣服旅行的照片。5月12日,该顾客通过微博公开致歉,淘宝回应称,个案不会影响七天无理由退货,依然相信人性美好。(据澎湃新闻5月12日报道)

如此退货,反映出个人诚信、规则意识的严重缺失,是对正常网购秩序的恶意破坏。

2017 河北福利彩票社会责任报告(摘要)

(上接2019年4月26日6版)

砥砺前行 扬帆奋进向前

营销 福彩之桥,提质增效

2017年,河北福彩面对竞争日趋激烈的市场环境,克服了游戏产品老化等诸多不利因素,开展了内容丰富、形式多样的营销活动,以促销派奖活动激发市场活力,扩大品牌影响力。

一、游戏营销 精彩纷呈 推陈出新

河北福彩玩法有双色球、中福在线、刮刮乐等等,展示如图:



刮刮乐新品上市,如图:



二、宣传营销 扩大影响 多措并举

充分发挥主流媒体的辐射作用,加大宣传投入力度,进行广泛传播,如在电视台、电台、报纸、网络等主流媒体进行宣传,做到了电视有画面、电台有声音、报纸有文字,同时还扩展到站点,开展营销培训等。

拓宽渠道,扩大宣传阵地

与新浪网、腾讯网合作,投放市场宣传图片,将促销活动信息及时发布,扩大影响范围;官方微信平台等媒体也进行了改版,新开辟了查询、彩闻等板块,既方便了彩民查询信息,又增强了福彩的宣传力度。

整合传播手段,传播亮点信息

河北福彩抓住亮点,设计、制作了

海报、传单、音频、视频等宣传品,并督促发放、发布到位。各地积极配合,有效传播派奖促销信息,让彩民及时了解动态,提升了参与程度。

聘请高级讲师,开展巡回培训

2017年,河北福彩以县(市、区)为单位对全省站点进行94场营销巡回培训,详细讲解双色球超级奖上奖的活动细则,共培训15846人,参训的销售员和市场管理员反映良好。

三、派奖营销 催热彩市 回馈彩民

2017年,河北福彩通过持续不断抓好各种玩法的派奖、促销,省市联动,形成多角度、多渠道、多样化的营销氛围,确保销量平稳增长。尤其是对网点即开票、电脑票和中福在线视频票开展了多种多样的派奖活动,给彩民送去实惠,受到热烈欢迎。

派奖培训

唐山开展了双色球9亿元大派奖培训会,如图:



派奖促销

1. 网点即开票

河北福彩投入1000万元,开展了一刮如意、福彩三十周年纪念等6次营销活动,激发了彩民购买热情,投入500万元开展增加返点和旅游促销活动,提高了站点订票积极性,投入120万元鼓励巡查服务站订票并开设小卖场,取得了良好的效益,其他营销活动,也取得了预期效果。

邢台对销售好的站点给予旅游奖励。



2. 电脑票

河北福彩开展2000万元派奖和100万元赠票活动,投入400万元加油卡、853部手机和100万元联通充值卡奖励在促销活动中销量表现好的站点;开展双色球1300万元赠票活动,投入600部手机开展幸运抽奖活动;开展3D 1000万元派奖活动,投入600部手机作为奖励,让彩民在官方微信公众号和订阅号参加互动,吸引更多人员了解福彩、参与福彩。

廊坊投入300万元开展买指定活动电脑票赠双色球彩票活动。

邢台投入70万元开展中奖彩民赢取山地自行车活动。

唐山投入50万元开展买双色球赠彩票活动,投入9万元对指定活动促销期间销量好的前100名站点奖励网点即开票,投入6.6万元对年销量前50名站点奖励网点即开票。

邯郸对双色球派奖期间销量好的站点进行旅游奖励。

河北福彩开展退卡金额超过2400元送5克金如意的如意相随活动,共送

出2400枚金如意,提升了销量。

张家口投入5万元开展了送投注卡回馈彩民活动,通过促销和奖励双管齐下,取得了良好效果。

(待续)

