

让厉行节约在全社会蔚然成风

魏远哲

滴水成河,粒米成箩。据中国农科院发布的《2023 年中国食物与营养发展报告》显示,包括粮食、蔬菜、水果、肉蛋禽类等在内的食物,2022 年损耗浪费总量达 4.6 亿吨,造成的经济损失 1.88 万亿元,相当于农业总产值的 22.3%。对于一个拥有 14 亿多人口的大国来说,粮食浪费问题更不容小觑。

节俭朴素,力戒奢靡。在物质生活日益丰富的今天,对人们来说,吃得饱、吃得好早已不再是难事。但也要看到,虽然我国粮食生产连年丰收,但供需紧平衡的格局没有变。同时,在日常生活中,粮食浪费现象依然存在,有的触目惊心、令人痛心。因此,节约粮食一刻也不能放松,必须在全社会大兴勤俭节约之风,常抓不

懈、久久为功。

提倡节约、反对浪费,宣传教育必不可少。在饭店、食堂等场所,随处可见节约粮食的宣传画、标语;浙江舟山推行“光盘积分奖励卡”,消费者“光盘”即可获得积分兑换礼品;广西人民把制止餐饮浪费题材编成山歌,一些景区开展以“制止餐饮浪费、倡导节俭新风”为主题的壮乡山歌对唱活动,吸引了数万名游客观赏。各种形式的宣传活动层出不穷,新意十足,让理念的传播范围更广、说服效果更好。采购食材时,按需采购、科学储存、及时食用;点外卖时,选购小份菜、适量点餐;出门用餐,践行光盘行动、剩菜打包……越



来越多人从我做起、从小做起,为节约粮食贡献自己的一份力量。

节约粮食是美德,更是责任,不仅要唤起个人自觉,更要加强立法,建立长效机制,以法治力量为浪费行为划出红线。从实施反食品浪费法,到出台《关于进一步做好制止婚宴餐饮浪费工作的通知》《关于发挥网络餐饮平台引领带动作用有效防范外卖食品浪费的指导意见》等文件,刚性的制度约束,为坚决制止“舌尖上的浪费”提供了有力支撑,厉行节约、反对浪费的重要性、必要性更加深入人心。

有法可依,还要有法必依。一段时间以来,上海、山东、湖南、江西等多地发布制止餐饮浪费典型案例,形成有力震慑。也要看到,执

法力量是有限的,要进一步耕好节粮减损的“无形良田”、织密反食品浪费的防护网,不妨调动更多人的力量。广东开发反食品浪费“随手拍”小程序;甘肃全面推行“文明餐桌红黑榜”制度……类似的举措,让人民群众从消费者转变为参与者、监督者,不仅起到了宣传教育作用,还调动起广大人民群众参与监督的热情。实践证明,与时俱进创新监管方式,以制度强保障、激活力,就能层层压实节约粮食责任,形成制止餐饮浪费的合力。

当厉行节约在全社会蔚然成风,更多人将节约粮食内化于心、外化于行,中国饭碗就能端得更牢,粮食安全也将更有底气。

让大学生乡村医生“留得住、干得好”

蒋 萌

在国家卫生健康委近日举行的新闻发布会上,相关负责人介绍了大学生乡村医生专项计划(以下简称专项计划)实施情况。截至今年 10 月底,专项计划录用的近 7500 名大学生乡村医生均已经陆续到岗,这些大学生为村医队伍增添新鲜力量,起到了提升乡村医生队伍学历层次、优化年龄结构的作用。

乡村医生,是我国县乡村三级医疗体系中最基层的医务人员,也是最贴近亿万

农村居民的“健康守护者”。然而,在一些农村地区特别是偏远地区,乡村医生队伍存在着优质人才缺乏、人才结构老化、服务水平低等问题。乡村常常难以留住医疗人才,乡村医生短缺问题愈发引起社会的关注。

为补充和优化乡村医生队伍,从 2023 年开始,国家卫生健康委会同中央编办、教育部、财政部、人社部五部门,联合开展实施专项计划,努力提升乡村医疗卫生服务水平,促进乡村医疗卫生体系健康发展。

优化申请注册,引才诚意满满。专项计划落实医学专业高校毕业生免试申请乡村医生执业注册政策,完善激励和保障措施,引导更多高校毕业生到基层就业。有条件的地区还将到村卫生室工作的高校应届毕业生纳入基层就业学费补偿国家助学贷款代偿资助范围。同时,各地可按照学历、执业资格、职称、工作地点等因素在单位内部分配中对大学生乡村医生予以倾斜。种种鼓励政策与支持措施为农村医疗卫生队伍引进更多高素质人才奠定基

础,也在一定程度上促进了医学专业高校毕业生就业。

加强培训管理,拓展上升空间。从大学生到乡村医生,同样要扶上马送一程。为此,有关方面组织开展具有针对性的业务培训,提高大学生乡村医生在医、防、管等方面的综合能力,以便更好服务基层群众。此外,为打破乡村医生职业发展瓶颈,还引导大学生乡村医生与其他符合条件的在岗乡村医生尽快考取执业助理医师或者执业医师资格,并将取得相关执业资格的村医逐步纳入到乡镇卫生院职称评聘中。让大学生村医在专业技术上不断精进,在职业发展上有上升空间,相关岗位才有更实在的吸引力。

尊重人才留住人才,待遇保障更要跟上。逐步提高福利待遇,才能使他们安心扎根乡村,切实服务基层,让农村百姓在家门口好看病、看好病。

各地要深刻认识到促进乡村医疗卫生体系高质量发展对全面推进健康中国建设的重要意义,持续用好大学生乡村医生专项计划等政策,及时发现并解决政策执行中出现的问题,积极为大学生乡村医生以及其他在岗乡村医生排忧解难,进一步壮大乡村医生队伍,夯实基层医疗服务根基,助力乡村全面振兴。



在平凡岗位上展现伟大担当

思 睿

近日,中央精神文明建设办公室发布 2024 年第三季度“中国好人榜”,青年共产党员、湖南省岳阳县毛田镇应急办原主任李东获评敬业奉献类“中国好人”。李东是一名 90 后基层干部,今年 7 月在转移群众途中遭遇山洪,危急时刻他奋力帮助同车 2 名同事脱险,自己却错过逃生时机,英勇牺牲。今年 10 月,湖南省委追授他“湖南省优秀共产党员”称号。

把群众当亲人,扎根乡镇工作,敬业是李东的选择。“大家公认,如果一项工作李东做不好,那在镇里就没人能做得好”“他的业务能力和作风有口皆碑”。在毛田镇工作 4 年,李东连续 3 年绩效考核被评为优秀,连续 3 年获岳阳县人民政府嘉奖,并荣立三等功一次……从这些评价和荣誉中,也能看出李东的敬业。镇里公认的踏实负责的基层干部,年轻同事们眼中最亲近的“知心大哥”,把老百姓背在背上的年轻基层干部……在当地干部、村民的回忆中,李东扎根乡镇,在离老百姓最近的地方,用汗水和真心实践为人民服务的承诺。

把机会留给别人,把困难留给自己,奉献是李东的底色。“奶奶,过几天我再送您回家。”这是他给毛田镇孟城村百姓的最后一个承诺。“你先爬上车顶,快!”这是他给同事的最后一句话。他在日常工作中倾注心力,不惜力不惜时;他在洪灾面前坚守一线连续奋战,守护百姓安危,每项工作尽显责任与深情,直至把青春定格在滔滔洪流之中。

李东的事迹为何感人至深?因为他的新时代基层干部的代表,他用实际行动展现责任担当,他以生命诠释敬业奉献。他不仅是毛田镇的骄傲,更是共产党员的楷模。他在平凡岗位上铸就不平凡,以实际行动践行了共产党员对党的忠诚、对人民的赤诚、对事业的竭诚,用短暂但精彩的一生,谱写了壮丽的敬业奉献之歌。

英雄虽已走远,精神长留人间。我们不仅要缅怀李东,更要向他学习。把精神的洗礼化作奋斗的动力,把温暖的感动化为奋进的行动,我

们每个人都可以积极践行社会主义核心价值观,在自身的岗位上敬业奉献、勇于担当,为社会发展进步、民族复兴伟业贡献自己的力量。

和李东一样接受表彰的“中国好人”们,来自不同地方,身份也不相同,但共同点他们都是社会的好公民、单位的好员工、家庭的好成员,传播真善美、传递正能量。他们的感人故事,集中体现了时代风貌,标注了闪亮的精神坐标。

期待更多“中国好人”持续涌现,激励全社会同心奋斗,推动改革行稳致远,书写新时代中国特色社会主义事业的辉煌篇章。



虚假「卖家秀」的尴尬处境

维辰

某品牌最近上市了名为“剁椒鱼片汤面”的新品,宣传图中方便面上铺了数量可观的鱼片,然而实物仅有小鱼模样的食品,与宣传图大相径庭。对于“剁椒鱼片汤面”中的鱼片何在,客服回应“没有鱼的,只是口味是这样”,鱼味来源于粉包内的调味粉。其提供的产品配料表显示,该款方便面的粉包含有“鱼汤水产调味粉(含鱼 36%)”,菜包内含有“脱水复合鱼片 0.2 克(动物性水产制品)”。实际成分与宣传图存在较大偏差,让该品牌陷入“重新定义了鱼片”“企图通过卖萌掩盖诈骗的事实”“在玩抽象”争议。

很久之前就有人调侃,“我有一个梦想,吃到方便面上包装上的面”,经过这么多年的实践,大多数人对红烧牛肉面里象征性的牛肉粒、海鲜面里的海鲜末,以及此次剁椒鱼片汤面里的鱼味,已经见怪不怪,鲜有人较真。更何况,宣传图中往往还标注着“图片仅供参考”“以实物为准”,虽说是蚊子大小的字蜷缩在犄角旮旯,但吓唬吓唬心有不甘的消费者,让他们不要为了三五块钱的东西“搞事情”还是有用的。一来二去,一些领域的“图骗”已经成为一种“常识”,好像谁要较真就是没有基本的消费常识,就是对几块钱的东西期待过高。可正如有些网友所说,从来如此就对吗?价格便宜就可以货不对板吗?

除了方便面等食品,外卖商家从店铺到菜品全面“精装修”,再标注“图片仅供参考”试图免责,也是“通行”做法。不过,最近就有商家因外卖宣传图片与实物不符被大学生告上法庭,最终法院审理认定该店存在欺诈行为,向大学生支付 3 倍赔偿,因赔偿金额不足 500 元认定为 500 元。另有专业人士指出,“图片仅供参考”本身就是商家推卸责任、加重消费者责任的行为,免责条款效力有限,不是免责理由。可见,若“卖家秀”和“买家秀”天差地别,致使消费者误认、误购,真要追究起来,加不加“图片仅供参考”“以实物为准”,商家都责任难逃。

与外卖“精装修”不同的是,人们对方便面“精装修”的预期更高,或许二者都存在“买家秀”与“卖家秀”相去甚远的情况,但由于消费者对后者认知程度更高,虚假“卖家秀”并不一定会对消费者造成误导,这也导致不是所有虚假“卖家秀”都会受到法律约束。比方说,对虚假广告的认定不仅强调广告的不实性,也十分注重误导性,广告法列举的虚假广告五个方面表现就强调了“对购买行为有实质性影响”“欺骗、误导消费者”。在实践中,认定“图骗”构成欺诈的门槛也较高,需要结合具体证据和事实判断。

即便如此,商家不必偷乐,因为换个角度看,如果“图骗”诱导了消费者误认、误购,商家要承担责任;若是没有,费劲做宣传、打广告的意义何在?广告的作用是劝服,越有信息价值劝服力越强,一则大家都知道不可当真的广告,相当于没有信息含量,也就不能促进新的需求,培养新的喜好和要求,只会让商家陷入麻烦。这就是虚假“卖家秀”的尴尬处境。大卫·奥格威等广告大师赞许实事求是的广告宣传,不是没有道理的。