

贾亮

近日,意大利奢侈品牌范思哲设计的一款T恤,上面的文字竟然将香港、澳门列为单独国家,引发网友广泛抗议。虽然范思哲随后致歉,并称将销毁全部涉事产品;昨天下午再次声明“一直尊重中国的国家主权”,但依然无法抚平网友的愤慨。

又是国际大牌,又是针对中国,是什么让这些大牌们敢于屡次三番地“挑战中国国家主权”?

一时疏忽是常用的解释理由,找替罪羊是平息舆论的惯用手段。无论事后的态度有多诚恳,这个“账”网友都不能轻易买。类似事件一而再再而三地发生,或许正是我们的容忍纵容了它们的肆无忌惮,是我们的健忘助长了它们的歪风邪气。

疏忽的理由太过牵强。对待中国的台湾、澳门、香港疏忽,可曾疏忽过本国的城市,疏忽过其他国家的城市?一个产品从设计到投放市场,需经过多少道程序,想必这些厂商比我们清楚;如何一道道走下来的,它们自己心里更明白。再看看联邦快递,把华为的快递转送到美

国去,一开始不也是说失误吗?

至于道歉,更显得轻飘飘。去年的杜嘉班纳广告片涉嫌辱华,在舆论发酵很长时间后才选择道歉,而且还不诚恳;范思哲第一次道歉也是含糊其辞,就是不把自己的错误说清楚;再次道歉,“公关”痕迹明显,让人疑心是为了保住中国市场的权宜之计。

近年来,中国人的购买力已无需证明。中国市场的大门始终敞开,中国消费者对世界名牌颇为青睐。但对有意无意挑战中国主权的品牌不能欢迎。一个连中国主权都不尊重的品牌,它又会在多大程度上尊重中国的消费者呢?“范思哲重申,我们热爱中国,坚决地尊重中国领土国家主权”,难道害怕市场受阻,才想起来“热爱”和“尊重”吗?此外,还有很多国际大牌,在对待中国消费者时往往双重标准。这哪里是国际大品牌,这简直就是大大的“没品”之牌。

由于没有相应的法律予以惩罚,对待洋品牌的荒唐做法,目前还流于舆论谴责。令人愤懑的是,大

量的报道,在形成舆论强势的同时,也为其免费做了广告。数据显示,很多曾被短暂抵制的国际大牌在中国市场的份额反而有所增加,岂不是咄咄怪事?是中国消费者忘性太大,还是这些品牌的魅力确实无法抵挡?

或问,谁不犯错误,总得给人家改正的机会吧?这话很有迷惑性。有些原则性的错误,明知故犯的错误,不仅不能犯,也不该在容忍之列,无视一个国家的主权就是如此。消费者该长点记性了,别用盲目的消费助长“范思哲们”的有恃无恐;市场监管部门也不该停留在口头上的强烈谴责,应当采取措施予以制度化的防范和惩罚,否则,下一个范思哲不知什么时候又冒出来了。

奉劝这些国际大牌,想赢得中国市场,必须对中国的主权、对中国的法律法规、对中国消费者的民族情感保持起码的尊重。范思哲事件发生后,其中国品牌代言人杨幂发布声明,终止全部合作。这应当成为明星代言人的共识:面对爱国底线,再大的商业利益,都不能屈从。

“每周0.5小时健康课”,这个建议好

曹仕玉

近日,在北京大学医学部公共卫生学院教授常春表示,“高年级学生有了自学的能力,但是至少应该保证义务教育阶段每周不低于0.5学时的健康教育课时。”她建议,要把健康教育作为素质教育的重要内容纳入义务教育课程计划,并把每周安排0.5课时健康教育课,确定为中小学法定责任。

据教育部《体质调研》相关数据,近30年来,青少年身体素质一直在下滑,尤其是运动能力不断跳水,力量、速度、爆发力以及耐力等体能指标令人堪忧。更可怕的是,学生体质健康问题还出现了低龄化现象,不仅是青少年,越来越多的“小豆芽”“小胖墩儿”出现低龄群体中。在GDP增加的同时,体重增加,指标下滑,真为下一代的健康担忧。

若是我们“祖国的花朵”“八九点钟的太阳”都存在亚健康状态,试问,我们如何实现国家富强、民族振兴,毕竟“少年强则中国强”。

目前,部分学校把体育课当成“豆芽课”,说起来重要,做起来次要,现实情况是无关紧要,据统计,全国仅有43%的小学生,每周能上3节体育课;31%的小学、83%的初中甚至从来不组织课外体育锻炼。加之体育资源缺少,据教育部信息显示,全国体育老师缺编30万人,部分学校体育老师严重不足,有学生调侃“数学老师当体育老师”的例子屡见不鲜。而每周强制0.5小时健康课,可以让学生认识到健康的重要性,帮助孩子树立正确的健康观。

影响孩子的健康是多方面的,现实中生活中,学生锻炼时间不够,不成系统,健康锻炼的观念缺失,零零散散,其效果当然不理想,加之,部分学校既不重视,还要规避风险,更有甚者,“豆芽课”为“主课”让步,这些原因让学生身体素质每况愈下。

若是把学生体质差全部“归功”于学校,还是有失偏颇,有些家长树立“只要成绩好,其他都不重要”的观念,让手机等电子产品充当“电子保姆”,日复一日久坐于电脑前和沙发上更让孩子身体素质“雪上加霜”。

“每周0.5小时健康课”这个建议可以推广。笔者认为,身体健康是第一位的,健康中国不是一句口号,应该是一声“呐喊”。

漫画

“秀场”

得知相关领导要来调研,一些基层单位精心安排路线、布置场景,精挑细选参会群众,连群众发言的内容也提前备好并层层“把关”。调研,俨然变成了按“剧本”走的“调演”。记者在基层采访时发现,类似带有形式主义、官僚主义习气的现象不在少数。这不仅让调研的实际效果大打折扣,基于调研成果制定的政策跑偏,更助长了不良政风。

新华社发 程硕作



“私款聚餐”也要有底线

陈俊如

近期,河北省无极县纪委监委在整治“违规吃喝”时透露,“私款聚餐也要倒查”“10种饭店不能去”等,受到了广泛关注。

党员干部“私款聚餐”,说小了是“请客吃饭”,说大了更是作风考验,不守规矩不行。笔者认为,党员干部“私款聚餐”也应遵循“底线原则”。

“私款聚餐”要厉行节约。中华民族是一个有着优良传统的民族,勤俭节约是中华民族的传统美德。私款聚餐也要不得大手大脚,铺张浪费。浪费之风务必狠刹!

“私款聚餐”要注意选择场

合。党员干部私款聚餐也不能够“我有私款我任性”,“我的钱,我说了算”,究其原因,一则个人私款来之不易,一个正常的党员干部“私款”的来源无非就是工资和津贴,那是自己的“血汗钱”;二则进入“高大尚”的地方也难免不会让百姓产生质疑,哪怕是掏的“私款”,有时也“百口难辩”,陷入尴尬的境地。所以,吃请聚会既要遵守党纪条规,分清时间场合;也要尊重当地一些风俗习惯,注意社会影响。对于一些明显违反纪律规定、违背公序良俗、可能损害党员干部队伍形象的饭局,应自觉回避。

“私款聚餐”要看对象。私下聚会也要注意参与对象,除了客人来访、朋友聚会等正常人情接待往来,其他以同学会、老乡会等名义举办的明显带有小圈子性质的聚餐活动,应明确拒绝或自觉回避,更不得以权谋私、用公款买单。更不可借“私款聚餐”大搞“圈子文化”“团团伙伙”。

对党员干部来说,规矩既是“紧箍咒”,更是“护身符”。为了不违规、不逾矩,他们就会更好地做到眼中有法、心中有纪,念好“规矩”这个“紧箍咒”,把握好“请客吃饭”的底线。

