

热议

一份堪称“教科书级”的处罚决定书

文 | 澎湃

一份处罚决定书，下硬功夫把专业话题讲深讲透，做到让行政对象心服口服，体现了善治的软实力。

近日，上海市黄浦区市场监督管理局处罚著名羽绒服品牌“加拿大鹅”虚假广告的行政处罚决定书火了。

“加拿大鹅”翻车的地方很“低级错误”，一是使用了“最保暖”的绝对化表达，二是对于因质量问题退换货，企业自说自话要“保留最终判定权”，都撞到了《广告法》和《合同违法行为监督处理办法》的红线。但是，黄浦区市场监督管理局的处罚决定书，没有把问题停留在“抠字眼”上，而是写得鞭辟入里，被网友直呼是羽绒服购买指南。

处罚决定书从羽绒服的保暖原理出发，解释了羽绒蓬松度与保

暖的关系，晒出了“加拿大鹅”羽绒蓬松度的指标，指出作为商业卖点的Hutterite羽绒，实际来自加拿大北部Hutterite群落养殖区，但产地本身不能作为保暖性的事实依据，特别指出世界上还有一种保暖指标更好的、更稀有的“绒鸭绒”存在。所以，无论如何，“加拿大鹅”都不能使用“最保暖”的表达。这不是揪住表达里的小辫子，而是指出“加拿大鹅”就是在误导公众。

讲逻辑、讲科学、讲依据、讲法律，甚至执法部门还引述《纺织学报》上的专业论文，向中国羽绒协会、上海服装行业协会咨询，亮出处罚的结论让人心服口服，这篇处罚决定书当得起“教科书级”的称赞。

其实，广告里的绝对化用语“最好”“第一”，是商家很容易犯的错误，以至于很多电商平台直接屏蔽了这些字眼。甚至，如果“就事论事”做处罚，社会效果也未必好。比如，之前某地一家炒货使用了“本城最香栗子”的表达，被处罚20万元，就引发争论。行政处罚应该做到“过罚相当”，要从形式违法、实质违法以及社会危害、行政相对人的主观态度方面仔细斟酌，以精准执法避免机械执法。

“加拿大鹅”用了“最保暖”的表达，如果直接对“字眼”做出处罚，虽然满足了形式要件，但很难形成全社会范围内的认同感。上海的市场监管部门的执法，从羽绒服的保暖原理、产地等概念出发，

“硬核科普”，有理有据、专业透彻，指出“最保暖”的表达不仅是形式上的违法，更在于事实上也不成立，严重误导消费者。

当下，全国各地都在积极改善营商环境，很多地方都提出“轻微违法首违不罚”的清单，这是为纠正之前个别领域里“以罚代管”之偏。但是，改善营商环境不是说姑息纵容违法行为。要杜绝的是“为罚而罚”，要通过具体执法维护法律严肃性，提升市场规范度，保护消费者切身利益，要做到“处罚一件事，教育一大片”。

这次上海的处罚决定书，下硬功夫把一个专业话题讲深讲透，做到让行政对象心服口服，体现了上海善治的软实力，让法治名片更加闪亮。



普通高中多样化

宁夏今年起启动普通高中多样化有特色发展试点工作，逐步转变“千校一面”状况，改变单一以升学率为指标的评价导向，推动普通高中向多样化、有特色方向发展，即科技创新高中、人文特色高中、体艺特色高中、普职融通高中。

新华社发 曹一作



保护传统村落

记者从山西省人大常委会获悉，山西省十三届人大常委会第三十二次会议日前审议通过《山西省传统村落保护条例》，鼓励和支持公民、法人和其他组织依法通过投资、设立基金、捐赠、入股、租赁、提供技术服务等多种方式参与传统村落保护发展。

新华社发 刘道伟 作

热议

从李子柒到张同学，乡村生活缘何成了流量密码？

文 | 夏研

这些短视频来自农村，观众却来自城市；反映的面貌看似是淳朴的，内在逻辑却是现代的。

这几天，博主张同学火了。他是一位来自辽宁营口的普通农村青年，每天用视频记录自己简单的乡村生活。

早晨睡醒了，收拾一下床铺，加工昨晚的剩饭，匆匆忙忙吃掉，有时与亲朋好友在家里聊聊天。这种“流水账”式记录，39条视频，仅仅两个月，便为张同学涨粉超过700万。

张同学不是第一个展现乡村生活的网红，在他之前，李子柒更有名。与李子柒视频显而易见的滤镜不同，张同学的视频更显粗粝，也更有一种乡土感。他的面容也不精致，生活场景更是肉眼可见的粗糙，也更贴近人们真实印象里的乡村。

张同学拍的是农村，但视频

产品属于城市语境，是“工业化生产”的产物。也正因为他的专业，网上也有人质疑他是有团队的。张同学回复说“没有团队，都是一人完成”，不过依然有很多网友不信。

其实，张同学有没有团队并不重要。今天，我们看待乡村生活没必要居高临下，觉得它们必须得是完全真实才有意义。城市可以拍大片，是艺术创作的背景板；乡村也应该是平等的，完全有资格成为艺术的母题。

这才是张同学，以及许多乡村网红的意义，他们证明了一种乡村生活的价值——被欣赏的价值。这是一种高级的价值，即乡村具有了审美意义，而不只是原始的居所，反而成了一种田园牧歌的理想化投射。

从这个角度看，李子柒和张同学的作品本质上没有区别，只不过风格不同，一个浪漫主义、一个现实主义，但都是关于乡村生活的作品。

可以试想一下，最真实的乡村生活，本质是无“价值”的，不会有观众，也不会有人直接从生活场景中获益。只有经过张同学、李子柒等人的视频创作，乡村生活才可能被呈现，才可能拥有观众，并进入文化消费的体系。当然，网红本身也能致富。

所以，这些短视频来自农村，观众却来自城市；反映的面貌看似是淳朴的，内在逻辑却是现代的。

而张同学们更有价值的启发意义在于，人们的审美口味其实是多元的，那些在创作谱系里

被自动过滤掉的场景，也是有价值的。文化生产应当追求一种丰富内涵，擅于从生活中挖掘。千篇一律地展现所谓精致、光泽以及琉璃易碎的脆弱内核，很容易让人厌倦。

在这个背景下，动辄火一两个张同学之类的创作者，不奇怪。前不久还有个工地主题的网红“大猛子”同样走红网络，他的视频是工地里的事、工人的生存状态，诸如怎么“打灰”、怎么“要华子”。这种直击生活的视频，同样不乏观众。

互联网起伏是很快的，网红未必就长盛不衰，或许过几天，流量又会找到下一个爆发口。但他们留下的启示是值得长久回味的：那些平凡与普通，也值得一场轰轰烈烈的万众瞩目，一次入木三分的价值重塑。