

开发乡村游要保障村民充分参与

HK 现场随思录

■ 苏庆明

日前采访中笔者了解到，在推进乡村旅游时，三亚市不主张企业在乡村旅游开发中大包大揽，提出要“让村民自己当老板”。该市中廖村村民拒绝外来企业主导，自己成立公司来开发旅游，就体现了这一点。

三亚的主张，具有针对性。整体上，乡村游已成为海南农村重焕活力的一大源泉，但其中一些现象也值得忧虑。在一些旅游乡村，引进来的企业出资承包土地并主导项目开发，村民参与旅游不过是给企业端端盘子、

擦擦桌子，仅是一个边缘化的配角。如果我们不把乡村游仅仅定义为旅游产业寻找新的发展空间，而是把增进农民幸福纳入其内涵的话，那么，如何看待企业和村民在乡村旅游开发中的角色，应该成为认真对待、及早思考的一个问题。

在企业主导或者包揽的模式中，许多地方村民收入提升有限。此外，笔者还了解到，在个别地方，村民从企业方虽然得到了居住条件改善的利好，但也因耕地被占且无法融入企业，得不到村外另寻生计。在“交易”的层面上，这未必不公平，但从长远看，他们需要面对发展空间受限的问题。更重要的是，在“擦擦桌子”式的参与中，村民丧失了作为自身环境主人翁

的感受，而这种感受，是幸福的源泉。为什么我们不能让村民更多地参与、甚至让村民自己主导乡村游开发呢？同是一块蛋糕，就在眼皮底下，为什么不能让村民多分一点？

也许有人会质疑，一，这是征得村民同意的；二，与企业相比，村民缺理念、缺资金、缺技术、缺管理。针对第一点，笔者认为，村民同意并不意味着他们没有更好的选项；第二点表明我们确实需要继续鼓励企业参与，但也要看到的是，在当前许多乡村游案例中，企业的优势并没有取得良好成效，他们热衷于建高档的酒店、别墅，不仅价格高昂，也有悖于游客对乡村游的期待，门前冷落。反而是技术难度不大但村民做出特色和风格

的民宿、采摘游、农家乐等更受欢迎。此外，我们还要意识到，村民的能力，是一个在实践中习得的增长的过程，随着村民能力的提高，旅游产品打造的水平也会越来越高。就笔者所见，这在琼海以村民为主体的实践中已经得到明证。

笔者并非主张一刀切完全弃绝企业主导的模式，但也认为，即便是企业主导，也须有举措保证村民更深度地参与。笔者了解到，某家企业在文昌市葫芦村打造的乡村游项目，由于企业领导是本村人且企业具有较强的乡土情感偏好，参与其中的村民没有与企业的隔阂感，很多人经培训后成为管理者。所以，在引进企业时，我们不防多考虑具有乡土背景

者，或者要求企业在取得开发权益时，制定村民员工能力增长计划等，保证他们的参与度。

放长眼光，乡村游可谓农村发展史上的一场“革命”，让农民深度参与乃至主导乡村游，将具有长远的历史意义。相比原本封闭的农耕环境，乡村游所具有的天然的与更广的联通外界的属性，将使农民们在实践中成长为具备开阔眼光、主动思考能力和创造力的现代主体。在另一层面上，在城市化、人的原子化背景中，农村中人与环境的亲密关系寄寓着现代人的归属感，如果有一天，我们回到农村发现，乡亲们只是一个个目光茫然的机械打工者，这种情感价值上的损失，或许更难估量。

（作者系本报记者部记者）

HK 来论

霸道的老总微博 病态的企业文化

近日，山东济南一家公司的一则罚款通报引发网友热议。8月14日，该公司200多名员工因未对总经理的微博进行评论每人被罚50元。该公司市场部一名负责人称，此举意在调动员工的积极性。有员工介绍说，他们不仅要对老总的微博进行评论，每天早晨还要读一遍老总当天更新的微博。“会有一个员工用喇叭领读”。（8月18日《北京青年报》）

竞争激烈的现代职场，总是一再上演着令人啼笑皆非的悲哀桥段。公司老总发微博，员工不评就罚款”，此一野蛮无理的要求，在济南的这家公司内竟被视作理所当然。然而，荒唐的事情，一样也有着自己的逻辑，通过此事，公众清楚地看到，一家存在着结构缺陷的企业，是如何一步步放大了企业主管个人的人格弱点。那套“驯化——服从”的企业文化，最终让员工成为了受害者。

一个不得不承认的现实是，许许多多的现代企业，诞生了越来越多个人魅力型的强势领导。由此所衍生的，乃是“个人崇拜”的流行，以及“强人治理”的大行其道。但问题在于，随着这股商界浪潮不断外溢，诸多的本土企业、本土高管，也纷纷加入了东施效颦的行列。他们自命不凡，甚至动辄以“导师”自居，大肆说教，凡此种种，不一而足。

如今，职场口口声声所谓“企业文化”，然而，不少却是畸形而病态的。在很大程度上，这不过是舶来的“精英主义”与本土“斗争哲学”杂糅混生的怪物……公司老总发微博，员工不仅必须评论，而且还得大声朗读。此情此景，可谓画面感极强、信息量甚大。据说，此举乃是为了调动员工积极性，使之树立正确的工作观。而事实上，这一做法，仍不过是以摧残员工尊严和锐气，来满足老总一己之欲的伎俩。诚如我们所看到的，当一家企业没有健全的治理结构，没有平等的话事权分配，员工难免要为领导者的愚昧背书。

按理说，现代意义上的公司治理结构，本应有意识、有能力阻断这种病征的弥漫，可现实是，如此病态的企业管理方式却一再上演。事实上，企业文化是建立在人性基础之上的，而不是喊出来的，也不是无理强加出来的，只有尊重员工，让员工有尊严，才能充分调动员工的积极性，这样的企业文化才能获得人们的尊敬。（然玉）

HK 锐评

“表态”容易“表率”难

现实中，我们经常见到一些基层领导在大会小会上作“表态”性发言，这些表态无不慷慨激昂，令人心潮澎湃，但遗憾的是，这样的“表态”往往都是“一表了之”，表态完之后就见下文了。

“表率”不仅需要破山开路的勇气，有时还要顶住各方压力，确保承诺不折不扣地落实。领导干部应自觉将承诺当成一种责任，时刻鞭策自我。同时，还要善于打破常规，敢于超越定势，讲求方式方法，以攻坚克难的勇气和魄力，为民造福。

当前，随着“两学一做”学习教育的深入推进，全党都在讲忠诚、讲担当，忠诚担当不是挂在嘴上的“口号”，也不是到处乱贴的“标签”，忠诚担当贵在纯粹、贵在践行。广大党员干部既要勤于表态，又要勇于表率，真正迈开步子、俯下身段到群众中去听民声、问诉求，用自己的实际行动争当忠诚担当的合格党员、优秀党员。（袁浩）

本版言论只代表作者个人观点
投稿信箱：hrnblp@163.com



“扶贫羊”岂容私分

“听说政府两年前给我们贫困户发放了一批扶贫羊，可到现在没见到一根羊毛。”群众口中所说的“扶贫羊”，是江苏泗阳县“菜单式”扶贫的一项举措。然而，“扶贫羊”却被村干部私分，理由是，没人领养，怕入冬冻死。

这则消息虽短，但揭示的问题还真不少。首先，“扶贫羊”为什么没有发给贫困户，反倒成了村干部的囊中物？其次，既然没人领，那为什么不按照程序，向上级反映，反而擅自私分，这说明村干部压根儿就没把扶贫

物资当回事儿。其次，“扶贫羊”为什么没有人领？原因在于，村里的贫困群众大多常年在外打工，再加上，政府规定不准私自宰杀，一些贫困户怕麻烦放弃领养。扶貧物资发不出去，再次说明，扶贫不能想当然，必须因地制宜，考虑群众真正需要。这正是：

脱贫下发扶贫羊，
村民在外没人养；
昧心干部喜私分，
扶貧物资叹成殇。

（图/陶小莫 文/张成林）

食品药品标准怎能“沉睡不动”

HK 新华时评

近日，麦当劳宣布2017年停止在美国饲养过程中摄入人类抗生素的鸡肉，但对中国市场未作相同要求，原因是两国标准不同。从宜家的柜子到麦当劳的鸡，跨国巨头屡屡“看人下菜”，我国广大消费者却一再撞到自家的“标准门”上。

据了解，目前我们在食物抗生素残留量方面使用的标准是农业部2002年修订的“动物性食品中兽药最高残留限量”标准。也就是说，这个标准沿用了快14年。

14年，是个什么概念？14年里，中国居民生活水平有了巨大提升，对食品安全的要求自然不可同日而语。但一个与老百姓生活密切相关的食品安全标准，却用14年，这有点说不过去。

食品安全标准一头连着百姓健康，另一头连着食品发展空间，必须与国民经济发展水平相适应。如果脱离国情拔高标准，将影响食品生产企业生存；但无视经济发展水平，让一个低标

准在饲养过程中摄入人类抗生素的鸡肉，但对中国市场未作相同要求，原因是两国标准不同。从宜家的柜子到麦当劳的鸡，跨国巨头屡屡“看人下菜”，我国广大消费者却一再撞到自家的“标准门”上。

如今，国内许多食品生产企业宣称已执行高于日本、欧盟的安全标准，这虽有营销策略考虑，但至少说明在食品安全标准上，我们一定程度上已经具备了与国际先进水平比肩的能力。

据悉，有关部门正在推进一些食品安全标准的修订工作。希望这些标准随着经济社会发展而水涨船高，与老百姓生活水平相适应，及时满足人们日益增长的食品安全要求。同时还应更加精准制定标准，在大的安全前提下实行分类分级管理，例如提高儿童、孕妇和老年人的食品安全标准等，以市场手段引导企业追求更高品质。

民以食为天，食以洁为先。要让老百姓吃得安心，标准必须跟得上全面建成小康社会的发展脚步。（殷段 刘怀丕）

专题 | 关注第十二届中国国际会展中心文化节

第十二届中国国际会展中心文化节在海口举行，上千会展精英围绕“供给侧结构性改革与会展文化”主题进行探讨和交流——

海口掀起会展业发展“头脑风暴”



第十二届中国国际会展中心文化节在海口开幕。 海口市会展局供图

让会展文化节办出成效办出新意，一直是中国国际会展中心文化节组委会孜孜不倦追求的目标。今年，将有中国会展PEM大会、第八届中国会展大学生专业技能大赛、中国会展青年论坛、中国会展教育论坛、2016中国会展城市大会暨“一带一路”会展城市共同体年会、中国会展教育论坛等精彩丰富的活动。

2015年首届中国国际旗袍文化节成功举办之后，由中国会展杂志社联合多家旗袍展业相关机构共同组建的中国会展旗袍联合会正式成立。因此，2016中国国际旗袍文化节作为中国会展旗袍联合会成立后的首次大秀，不仅以旗袍文化为切入点，更是将中国传统的旗袍文化打造成一项具有国际影响力的品牌文化项目。

而有着中国会展业“奥斯卡”之称的中国会展“金海豚”大奖，成为第十二届中国国际会展中心文化节的一场精彩的压轴大戏。

据了解，中国国际会展中心文化节自2005年创办以来，得到了会展行业的

广泛关注和充分肯定，先后走过了郑州、长春、深圳、长沙、义乌、成都、武汉、海口等城市。经过十多年的成长和发展，“中国国际会展中心文化节”已然成为具有标杆性的全国知名品牌活动，同时也为拉动消费，汇集人流、物流、资金流，带动地区与周边经济增长做出了重要贡献。每年一届的会展中心文化节，已成为会展业人士分享经验，寻求商机，共叙友谊的最佳场所，被业界誉为“会展人的节日”。

思想碰撞 融合中外

在第十二届中国国际会展中心文化节主旨发言时间，商务部原副部长、中国国际贸易中心理事长廖晓淇、商务部服务贸易与商贸服务业司相关负责人，中国对外贸易中心（集团）董事长李晋奇、国家会展中心（天津）有限责任公司董事长王志平、商务部西亚非洲司副司长曹甲昌、中国商业联合会副会长张丽君分别就“供给侧结构性改革与会展文化”“供给侧结构性改革牵动会展产业战略布局”“走有中国特色的展览业发展之路”“关于推进中国会展业供给侧结构性改革的几个问题”“‘一带一路’深耕中国会展业开拓国际市场”“现代会展与商业流通”等主题进行了精彩演讲，从多方面对中国会展业的发展进程与趋势进行了论证。

在第十二届中国国际会展中心文化节思想激辩大咖讨论环节中，中国会展经济研究会副会长、博鳌亚洲论坛顾问姚晓担任主持嘉宾，全球展览业协会名誉主席上海市会展业协会副会长陈先进、上海国际博览局副局长刘琪琳、国家会展中心（上海）有限责任公司常务副总裁王彦华、重庆市人民政府会展办公室主任孙华培、慕尼黑展览（上海）有限公司首席运营官徐佳、法国高美爱博集团亚太区副总经理李小蕾分别担任对话嘉宾，就“中外品牌展会的成功之道”的主题展开了激烈的讨论。

在第十二届中国国际会展中心文化节思想激辩大咖讨论环节中，中国会展经济研究会副会长、博鳌亚洲论坛顾问姚晓担任主持嘉宾，全球展览业协会名誉主席上海市会展业协会副会长陈先进、上海国际博览局副局长刘琪琳、国家会展中心（上海）有限责任公司常务副总裁王彦华、重庆市人民政府会展办公室主任孙华培、慕尼黑展览（上海）有限公司首席运营官徐佳、法国高美爱博集团亚太区副总经理李小蕾分别担任对话嘉宾，就“中外品牌展会的成功之道”的主题展开了激烈的讨论。

部分嘉宾发言摘要

商务部原副部长、中国国际贸易中心理事长廖晓淇：更加专业化推动科技应

用，需要更多的专业会展，更精的专业技术

和更优的专业服务；进一步推进市场

化，提高会展的质量和水平，本届中国国

际会展中心文化节的主题是“供给侧结

构性改革与会展文化”，会展办得好不好，

需要市场检验，会展的供给是否满足了

市场的需要，会展是不是有效率，

是不是可以持续，在这方面我们的改

进余地还是很大，需要不断地提高展会

的质量和效益，完善宣传推

介、信息交流、展览展示、交易洽谈、开

拓市场等多种功能，真正成为市场功能的

对接平台。

中国会展杂志社社长倪玮：会展业作

为当下新兴的产业，逐渐成为衡量一国经

济文化、经济国际化程度、经济发展水平

的重要指标之一。在供给侧结构性改革

的大背景下，如何通过会展业促进供给侧

结构性改革的进程，会展业的供给侧结

构性改革该如何进行，已经成为会展产

业的热点话题。如何强化会展人自尊、自

信、自强、自立，打造中国新型会展人与具

有超强竞争力的会展企业，我们要让社会真

正认识会展人的力量，会展人的作用和会

展人的贡献。

中国会展理理会理事长刘海莹：在我

国经济全面深化改革的过程中，会展业布

局调整要在供给侧结构性改革的框架下

进行，以培育增量供给为基础，释放增长

新动力，增量供给要符合经济发展新常态

。一方面立足国际；另一方面要立足足

新经济，借力新经济发展，未来的增量供

给应该在传统供给的基础上，加快融入金融

要素、科技要素，通过融合发展跨界整合，打开会展业发展的新思路。

商务部服务贸易与商贸服务业司副司长万连坡：不仅要深入推进展览业供

给侧结构性改革，创造更好的营商环境，进

一步提升展览业的质量和水平，推动我国

展览业再上新台阶，更重要的是服务我

国整体供给侧结构性改革大局，打造更加优

质高效的展会平台，降低企业参展成本，提

升参展成效，进一步增强我国商品和服

务的国际竞争力。

商务部西亚非洲司副司长曹甲昌：会

展业成为经贸中的重要纽带，资源配置的

高效平台和产业发展的业务引擎，是经济

发展的晴雨表和风向标。

中国商业联合会副会长张丽君：会展

业是一个综合性很强的行业，本质上会展

业是一类外在的表现行业，是一个平台，是

一个形式，发展会展业更为重要的是会展

所承载的重要内容。商贸服务业是一个

融合度比较高、市场化程度比较高的商业，从

专业的设备设施到卖场，从采购需求收集

到提出实现商品销售服务等各个环节，因

此，流通技术、销售技术、