

# 探索“千年兰乡”的共富秘密

本报记者 邱锦

本报讯 “漓渚满目绿无涯，棠棣无处不飞花”，说的是有“千年兰乡”之称的绍兴柯桥棠棣村。作为“绍兴花木第一村”，棠棣村拥有2000万平方米花木基地，村里95%的劳力直接或间接从事花木生产经营。2020年，棠棣村成功创建全国民主法治示范村。3月31日，由省司法厅、省普法办、浙法传媒集团共同主办的“法治村里话共富”系列网络直播活动2022年首场直播走进棠棣村。

位于村委会大楼的村史馆内，“花满棠棣”和“人勤春早”的字样非常醒目。棠棣人种兰历史可从越王勾践开始追溯，从“提篮小卖”，到如今靠着“一根网线闯天下”，花木种植业成为当地人致富“金钥匙”。发展经济的同时，棠棣村注重法治建设，根据兰花形状提炼出“四形普法”，将兰的根、茎、叶、花分别对应制度、组织、文化、成果。其中，根指棠棣村充分发挥村民自治优势，鼓

励村民进行村务监督；茎象征着村两委充分发挥枢纽服务作用，通过组织协调等，振兴兰花产业；叶指村民参与共建共治共享，党群联动，共同致富；花则象征棠棣村在依法治理上取得的成效。

在“兰与法治”治理模式的探索中，棠棣村成立了兰花特色产业法律服务律师团，由浙江理论律师事务所的12名律师组成，并印制集体名片发放给兰花种植户、经营者等，方便他们得到免费的法律服务。借助数字化改革东风，棠棣村还开展律师网上直播普法、设立24小时“法”超市、建立微信群提供法律服务等，进一步实现线上优质法律服务全覆盖。从“厕所革命”到供给侧改革，从“千万工程”到美丽乡村建设，从“五星3A”到首批乡村振兴先行村，法治一直在为棠棣村建设保驾护航。

柯桥区司法局党组成员、副局长童关兴在直播中表示，近年来，柯桥区积极深化基层民主法治建设，创建了一批各有特色的民主法治示范村（社区）。

让清明更“清明”



清明临近，3月31日，诸暨市公安局陶朱派出所联合市飞虎森林消防队进村入户，宣传森林防火知识，倡议市民文明祭祀、绿色祭祀。

通讯员 杨宝莹 周金晶

## 战“疫”一线，独臂志愿者当起临时搬运工

通讯员 杨一之 水鸿雁 本报记者 江胜忠

这两天，一条短视频传遍了兰溪人的朋友圈：一名志愿者穿着隔离服，将一箱箱防疫物资扛在肩上，一趟又一趟地来回搬运。与常人不同的是，他只有一只手。

这名独臂志愿者叫施小龙，47岁，做志愿者已有10年。2003年，因工厂一次机器事故，施小龙失去了右臂。在外人眼中，他是需要关怀帮扶的对象，但他却主动加入“我们都是兰溪人”QQ群志愿服务队，成为一名服务他人的志愿者，连续多年做公益、献爱心。

3月26日疫情发生后，兰溪面向全市招募疫情防控应急志愿者，施小龙第一时间报名。从防疫宣传到秩序维护，从在核酸采样点引导市民亮码测温到挨家挨户上门收集相关信息，哪里有需要，哪里就有他的身影。

这几天，听说急需志愿者参与物资搬运等，施小龙立即前往战“疫”一线，当起临时搬运工，日行数万步。有些物资一箱就重达40多斤，一般人扛起来都费劲，可施小龙用肩膀扛起、单手扶着，一趟趟地来回运送，从管控区卡口送到住户楼栋门口，再送到居民家中。水、蔬菜、大米……有时一趟拿不了，施小龙就分两趟拿，两趟拿不了就分三趟拿。虽然只有一只手，但他在效率上丝毫不输健全人。“说实话，累肯定累的，但能够为家乡抗疫贡献自己的微薄力量，感觉很有价值。”施小龙说。

志愿服务很辛苦，但施小龙喜欢做。开了一家奶茶店的



他，每当接到有志愿活动的消息时，哪怕店里生意再忙，他都会前往参加。文明劝导、爱心助学、社会救援……10年来，施小龙跟着志愿者队伍东奔西走，乐此不疲，期间还成为了一名共产党员。

为什么如此热衷于参加志愿服务？施小龙告诉记者，“因为自己曾经淋过雨，所以他更想尽己所能为他人撑把伞。我以前受伤收到了很多人的帮助，心里一直记着这份温暖，所以也想把这份爱心传递下去。”

## “擦边球”低俗营销为何屡禁不止

陈广江

近日，针对卫龙辣条包装被指打低俗擦边球一事，“卫龙美味”回应称深表歉意，公司非常重视广大网友和消费者的意见，决定停止有争议文案包装的生产，同时进行版面文案及设计的优化。当天，“卫龙致歉”话题一度登上微博热搜榜榜首，短时间内总阅读量超过3亿人次，足见其关注度。

卫龙的包装印有“约吗”“强硬”等词汇，算不算低俗？很多网友认为，这是打色情擦边球，卫龙被指低俗营销并不冤。也有部分网友认为不宜“抠字眼”，况且广告语涉嫌低俗不一定等同于违法。事实上，卫龙在致歉中也没承认自己“低俗”“色情”，而是强调存在“争议”。

低俗营销为何屡禁不止？除了“流量焦虑”作祟、惩治力度不够等因素外，个中缘由或许就藏在“争议”二字里。在“注意力稀缺”的网络时代，扩大品牌知名度并非易事，一些商家就动起了打擦边球的心思，更有甚者，把“不怕有争议，就怕没人理”“广告营销要打好擦边球”等奉为圭臬。

打擦边球是技术活，也是“风险活”，稍不留神就会“人仰马翻”。最近，日化龙头宝洁因一篇“女人脚臭是男人的5倍”的推文登上热搜，知名卫生巾品牌洁婷因在广告中“晒女生穿安全裤床照”引发争议，被批为“赚女性的钱还侮辱女性”。随后，宝洁和洁婷都“诚恳道歉”，事件就此告一段落。

如果低俗营销事件常以道歉了之，恐怕这股不良风气很难刹住。客观而言，法律也难以做到面面俱到、事无巨细。广告法规定，广告不得“妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”“含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容”，但这些规定具有一定的模糊性和笼统性，加之新修订的行政处罚法新增了“首违不罚”的规定，所以一些打擦边球的商家逃过了监管部门的处罚。

把低俗当创意，把色情当卖点，把歪路当捷径，游走在道德和法律的边缘，迟早要当众“翻车”，即使一时赚得流量，最终也会落得“成也流量，败也流量”的结局。前车之鉴历历在目，奉劝某些品牌长点记性，切勿心怀侥幸、自作聪明。

遏制打擦边球的低俗营销现象，相关部门应及时“亮剑”，该警告的警告，该重罚的重罚。除依法严惩外，商业营销的底线和边界有必要进一步明确，比如监管部门定期公布具体案例、司法机关加强以案释法、新闻媒体充分发挥舆论监督职能，及时向商家亮出相对明确的底线、“红线”，使其不敢、不能、不想乱打擦边球。

## 缅怀英烈 筑牢国门

3月31日，舟山出入境边防检查站在马峙锚地举行“缅怀革命英烈 筑牢海上国门”清明祭奠活动，向革命英烈表达哀思。随后，民警向国家移民管理队伍宣誓，重温入警誓词。

通讯员 季成苗 陈霄



本报职业道德监督电话:0571-85310013