

《上海市村民委员会选举办法(修订草案)》上午提交市人大常委会审议 村委会直选有望进入地方立法

本报讯 (记者 姚丽萍) 近10年来,在本市推行的“大海选”有望进入地方立法。今天上午,《上海市村民委员会选举办法(修订草案)》提交市十四届人大常委会第4次会议审议,修订草案对村委会选举几个关键问题的设计引人关注。

村委会直选被村民接受

据市人大常委会副主任委员史秋琴介绍,1999年本市原南汇县在村委会选举中试点推行“无候选人”的直接投票选举,俗称

“大海选”,之后各区县开始推广。经过近10年3轮的村委会换届选举实践,本市采用“大海选”的村,由2006年的34%上升到2012年的91.9%。实践表明,“大海选”程序简单、成本较低、民主程度高,能充分反映村民意愿,已被本市广大村民普遍接受。天津、广东、浙江和湖北等省市的地方立法,以及民政部《村民委员会选举规程》都已对“大海选”作出规定。

因此,本市将“大海选”写入地方立法的条件已成熟。修订草案第

11条规定:选举村委会可以采用村民投票直接提名候选人或直接投票选举的方式,具体采用哪种方式,由村民会议或者村民代表会议决定。

选举日5天前委托有效

打工外出,临时外出……在实际生活中,村民在选举期间外出或因特殊原因无法参加投票的情况比较普遍,为保障村民的选举权,提高参选率,修订草案第16条第一款将每一个登记参加选举的村民接受委托投票的人数,从原来规定的“一至

二人”修改增加为不得超过3人。

同时,为了防止接受委托的村民转委托,修订草案还增设规定:接受委托投票的村民不得再委托其他村民投票。

为了防止投票现场临时委托和“抢票委托”,修订草案进一步明确“委托程序”:要求委托人或者受委托人应当在选举日5天前,到村民选举委员会办理委托投票手续,村民选举委员会审核后发放委托投票证,并在选举日2天前在村委会和各村民小组所在地公布委托人和受

委托人的名单,禁止在投票现场临时委托。

选票当日封存保留3年

以往,村委会选举结束后,选票的封存和保管一般由新一届村委会负责。但在历届村委会换届选举中,都有信访人对此提出异议,也曾发现有的村委会未及时封存选票,严重损害村委会的公信力。

为此,修订草案第23条规定:选票应在选举结束当天及时封存,并交由乡镇政府保管,至少保留3年。

全市将集中开展安全生产大检查

杨雄强调采取最严厉整改措施,切实排除一批重大安全隐患

本报讯 “抓安全生产不能一阵风、搞突击,关键要落实责任制和长效工作体系。既要落实‘一把手’的领导责任,也要落实一线操作人员的岗位责任,同时要发动基层、发动群众加强隐患排查,从上到下,把安全生产工作体系真正夯实。”昨天上午,市政府举行常务会议,研究部署本市集中开展安全生产大检查、审查《上海市实施<中华人民共和国残疾人保障法>办法(修订草案)》等工作。市委副书记、市长杨雄讲话强调,要认真贯彻落实近期中央领导同志关于安全生产的一系列重要批示、指示和国务院相关会议精神,

高度重视,落实责任,严格措施,全面深入地做好全市安全生产大检查。各区县、各部门“一把手”要靠前指挥,分管领导要带队督查,按照“全覆盖、零容忍、严执法、重实效”的要求,重在健全工作机制,努力夯实政府部门、企业、基层属地各层级相关责任,全面摸清安全隐患和薄弱环节,采取最严厉的整改措施,切实排除一批重大安全隐患,解决一些影响安全生产的深层次问题。

根据国务院要求,结合本市实际,上海从近期起至今年9月底,将在全市范围集中开展安全生产大检查。检查将覆盖全市所有地区、所有

行业领域、所有生产经营企事业单位和人员密集场所,将重点检查危险化学品和烟花爆竹、冶金有色、消防、道路交通、特种设备、食品药品加工、燃气和民爆器材等18个重点行业领域,重点检查企事业单位主体责任落实、重点行业领域专项治理、政府部门监管和基层属地管理责任落实等情况。

会议强调,检查要突出重点,对重大安全隐患要挂牌督办,一盯到底。对非法违法、违规违章行为,要“零容忍”,依法从严从重处理。要加强安全生产的宣传教育,共同建立健全安全隐患的发现举报机制。

杨雄会见意大利驻华大使

本报讯 上海市市长杨雄昨天上午在市政府会见了意大利驻华大使白达尼一行,对客人来沪访问表示欢迎。

杨雄感谢意大利对上海世博会的大力支持。他说,上海愿与意大利在经济、艺术、环保、卫生等领域

进一步加强交流,并将配合中国贸促会积极支持米兰举办2015年世博会,预祝米兰世博会圆满成功。

白达尼表示,目前有600多家意大利企业在沪投资发展,感谢上海政府对在沪企业的支持和帮助。

沪上召开“中国梦”研讨会

本报讯 昨天上午,市委宣传部、上海市社联、上海市中国特色社会主义理论体系研究中心、上海市中国特色社会主义研究会、上海市社联联合召开“中国特色社会主义与中国梦”理论研讨会。市委常委、宣传部长徐麟出席并讲话。

徐麟指出,上海的理论研究要

紧密结合上海改革发展实践,要凸显中央对上海的要求和期待,要体现全球视野和世界眼光,要始终立足中国特色社会主义主题主线,在发挥正确导向作用、服务国家工作大局、有效回应群众关切、积极引导社会思潮等方面推出更多成果,取得更好成效。

广药连续刊登攻击性广告 加多宝向法院起诉并获立案

加多宝与广药王老吉的“红罐之争”战火频频升级,6月9日,加多宝起诉广药刊登违法广告一案已于武汉中院正式立案。继公权力公开为广药“站台”成为社会热议话题之后,广药违法“广告门”事件的最新进展再次引发社会各界强烈关注。

攻击性广告接连上演 广药一再突破市场竞争底线

一个月前,在广药与加多宝的“红罐包装装潢权纠纷案”庭审第二天,广药采取了极端方式,以新闻形式投放硬广,并且在大多数官方媒体的整版广告中,使用了“原最高人民法院知识产权庭庭长蒋志培认为:红罐装潢应属于广药王老吉”这样的结论式语言作为醒目标题,以国企居高临下的姿态,代替司法做了庭外宣判。

然而,这只是一个开始。半月前,广药以广州市政府新闻办公室的名义,联合市检察院、国资委,召开新闻发布会。随后广药把发布会上对加多宝的诋毁性内容,再次通过广告的形式,在全国各大媒体投放,引来社会一片哗然。

尽管广东省政法委、广东省高院的官方微博分别对此做出回应,认为此举有违《广告法》,并坚定地反对这种干扰办案的行为,但广药并没有收敛。自5月30日起,第三度在各大媒体上刊登与红罐归属无关,以刑事案件

和民事纠纷为主要内容的硬广,其上信息混乱却指向明确,试图混淆事实,干扰公众的判断。至此,因广药三度违法“广告门”事件,而让公众对当下公权力介入市场竞争展开了深度思考。

广药行为损害公信力

《中华人民共和国广告法》第七条第二款明确规定:“广告不得使用国家机关和国家机关工作人员的名义”。然而广药的硬广不仅将政府部门的抬头赫然列出,更将政府部门的证言以醒目字体大而告之。辅以一广州市政府新闻办公室的照片,让人误以为这是政府的新闻发布会,如此赤裸裸的捆绑公权力为己谋利,着实让公权蒙羞。

中国法学会行政法学研究会副会长杨小军表示,行政和商业是不能并存的。所谓“官办官事,商办商事”,官商是分家的。商业事务为何需要行政站台?靠“捆绑”他人来“背书”,既违反了他人意愿,也会损害他们的权威性和公信力。

广药攻击性广告引发专家热议 当事人竟是“被代言”

在《北大商业评论》近期举行的“公权力与公平市场建设”圆桌会议上,针对原最高人民法院知识产权庭庭长蒋志培在5月中旬的广药硬广中为其红罐包装所有权“正名”一事,对外经贸大学国际商学院教授郝旭光一针见血地

指出,官员不能做广告,即便(最高法院知识产权庭庭长蒋志培)现在已经退休,不在公职,也应考虑利害关系,比如国外规定离职以后有静默期,应该考虑话说出去之后的利害关系。

然而,事件还有让更多人唏嘘的真相浮出水面。随后有媒体报道,原来蒋庭长是“被代言”。在接受媒体采访时,蒋志培表示,“是不是做广告,我不知道,我也搞不懂,这事也没有经过我同意,我也是看报纸才知道。”这意味着,广药此举不仅涉嫌违反广告法,同时还违背了当事人的主观意愿,擅自营造有利于自己的舆论。

广药恶意营销 害人害己

广药利用公权站台与硬广施压,起码还停留在君子动手不动口的层面,但如今在公权力的保护伞下,广药越发肆无忌惮,频频有广药方抹黑加多宝的行为出现,贴海报、发传单等不一而足,已让事态朝着暴力化的方向发展。

在过去几个月里,为了抢夺终端市场,广药的营销人员在全国各地不断寻衅滋事。仅从今年4月12日至5月中旬间有据可查的,加多宝员工就遭到24起来自广药方面的暴力侵权事件,有数百名加多宝员工遭到暴力人身攻击、谩骂和侮辱,共计50多人受伤。

人才是企业最宝贵的财富。终端的种种冲突威胁到的不仅仅

是加多宝员工的安全,对于广药员工而言,亦难独善其身。目前,因非法传递血腥暴力传单,被广药王老吉雇佣发传单的两名大学生已被拉萨公德林派出所拘留。倘若因此而留下违法记录,两名大学生的前途恐将毁于一旦。对此,我们恳请以人才为本,以员工安全为本,将事态控制在文明、法治的框架之下。

广药虚假宣传 刻意欺骗消费者

在近期出现的硬广之上,广药以“10份公证权威证明王老吉一脉相传广药独家拥有秘方”为显著标题,企图罔顾事实,以此证言自己凉茶的正宗性。但众所周知,王泽邦第五代玄孙王健仪多次在公开场合声明,九十年代已将祖传秘方独家传授给加多宝,从未授予其它企业或个人。

近期,济南消费者刘先生和沈阳的吴女士因购买了红罐广药王老吉而觉得口味不对,感觉上当受骗,分别将广州王老吉大健康产业有限公司告上法庭,并已获法院立案。

面对配方不同而导致的产品不同,广药并没有主动将真相告诉消费者,而是企图通过“185年独家秘方正宗凉茶王老吉从未更名”的虚假宣传来混淆消费者认知。对此,北京大学法学院副教授肖江平表示,“口味是配方、工艺、生产环境的综合,无法剽窃。广药王

老吉此举侵犯了消费者的知情权和公平交易权。”

红罐加多宝≠红罐广药王老吉

17年来,加多宝首创红罐凉茶并独家使用凉茶创始人的祖传秘方,将原本偏居岭南一隅的凉茶推向全国。凉茶创始人第五代玄孙王健仪曾多次在公开场合表示:将祖传秘方独家传授授予加多宝,意味着亲手教、亲口传,而且亲自实践,包括制作过程、手法,这是别人无法抄袭的,毫厘之间见真章。

1996年,加多宝自行设计并最先使用红罐包装生产、销售凉茶。1997年,红罐包装获得中华人民共和国专利局颁发的外观设计专利证书。从2007年至2012年,加多宝生产的红罐凉茶连续6年荣膺“中国饮料第一罐”,并使红罐成为凉茶的标志性符号,之前从未有任何企业生产过红罐凉茶没有加多宝就没有红罐凉茶!而红罐广药王老吉是2012年6月份才开始生产的,其配方和工艺与加多宝完全不同。

目前,所有的诉讼案件都还在审理中,商业竞争行为完全能够在市场机制下依靠正常的法律路径予以解决。我们衷心希望,在各界的共同努力之下,让公权力用之有道,舆论诉之有力,媒体自由自主,人才各显其能,凉茶行业定能够走出目前的脱轨局面,向着良性、有序的方向,更上一层楼!