

创建全国双拥模范城市

危急时刻显身手

——记义乌市民间紧急救援协会里的退役军人

全媒体记者 陈健贤

“加油,继续坚持!”夏日炎炎,7月17日,一群退役的“义乌兵”负重30斤正在进行10公里跑步训练。退役了为何还要训练?退伍不退色的他们现在是义乌市民间紧急救援协会(以下简称“救援协会”)的队员,作为我市民间紧急救援力量,他们定期开展训练考核并参与各项专业培训,身体力行守护一方平安。义乌市民间紧急救援协会成为了浙江省首个以退伍军人为骨干的民间紧急救援组织,也是金华地区首支被纳入“第一批省级社会应急力量”的专业救援队伍。带领队员们一起训练的是退役军人余旭含。这名“90后”是武

警出身,2015年,从部队一回来就直接加入了救援协会。“还在部队的时候,我就从新闻上看到了救援协会的报道,有不少退伍军人都加入其中,我也想退伍后继续发挥自己的特长,所以一回来就找到了组织。”余旭含说。进入救援协会后,余旭含延续了部队的优良作风,做事一丝不苟,先后参与了丽水里东山体滑坡救援、仙居深山救援、丽水遂昌苏村28天全程救援、兰溪特大洪水救援等大型救援行动,成为了退役军人进入社会组织工作中发挥作用的典范,被评为“金华最美退役军人”。同样加入救援协会的还有退役军人蒋海峰,现在他是山地救援中队的队员,不仅在一次次大型救援

中发挥重要作用,也多次参与我市本地多起深山寻人任务,帮助被困人员脱险。说起救援协会,蒋海峰表示:“这个组织给了我们退役军人一个更好的平台,一个人的力量是有限的,但当一群退役军人聚集在一起,就能把我们的力量发挥到最大。”据悉,目前,加入救援协会的退役军人有75名,他们带领着其他队员,更专业地开展山地、水域、高空等救援行动。其中,退伍军人突击队从成立之初至今已经组织了8600多人次参与救援,出勤公益救援活动212余次,护佑了137名求救者的生命安全,直接搜救到39名遇难者。退伍军人突击队全程参与了2014年丽水洪灾、2015年丽水里东山体滑坡、2016年浦江三名儿童失联、2016年遂昌苏村山体滑

坡、2017年兰溪特大洪水、2019年临海“利奇马”抗台等大型救援行动。他们完成了一次次的救援行动中,最耀眼的“义乌红”,用专业化的救援行动谱写了一曲又一曲大爱赞歌,被大家亲切地称为“义乌勇士”。除了救援行动,退役军人还发挥自己所长,面向全市中小学生开展防溺水宣传。协会会长方为成介绍说,每年全国各地都会发生溺水事故,防溺水重在预防。对此,2016年起,他们配合公安、教育局等部门开展多起大型防溺水宣传活动,并参与水上救援等应急演练。同时,还针对学生及家长开展防溺水技能培训,深受广大欢迎,今年暑期以来,已经开展了5期。接下来,他们将继续发挥所长,做好防溺水宣传工作。

部队立新功 家乡扬美名

7月17日上午,苏溪镇新中村锣鼓喧天,中国人民解放军空军某部领导一行将二等功的喜报送到现役飞行员蒋晓峰家中。

据了解,蒋晓峰是中国人民解放军空军某航空大学飞行教官,从事飞行教学20年的时间里,培养了将近50多名优秀飞行员。由于出色完成安全飞行任务3500小时以上,在2019年度荣立了二等功。

全媒体记者 余依萍 摄



“穿针引线”解难题

——市场集团农批公司叶秀玲助农记

全媒体记者 龚艳 文/摄

“1月26日,疫情防控;2月8日,第一批‘三返’人员回义;2月23日,搭建‘党建+单元’作战体系;3月19日,走访门店村、王存村种植户……”在市场集团农批公司副总经理叶秀玲办公桌上,一本2020年日历清晰地记录着疫情期间她参与疫情防控、助力复工复产的点点滴滴。

农批公司管辖的浙中农副产品物流中心是浙中地区最大的农副产品批发市场,产品除面向本地市场外,还销往浙江其他县市及江西、安徽等地。已在农贸市场工作20多年的叶秀玲深知,保证浙中农副产品物流中心正常运转,是全市防疫保供的“重中之重”。自1月26日春节复工后,叶秀玲就和同事们一道,冲在了市场抗疫最前线。疫情防控,他们科学组织、严防死守;物流不畅,他们提前调度、疏

通卡点;货源紧张,他们搭建平台、四方组货……在大家共同努力下,疫情最严峻时期,市场内各农副产品供给正常,目前蔬菜行业日平均成交量更是超去年同期。

随着疫情好转,市场逐渐步入正轨,但又一急需解决的问题摆在叶秀玲面前。今年3月以来,我市部分农户种植的蔬菜因疫情影响出现滞销。兰溪人荣清就是其中一位,他在义乌流转12亩田地,种植的3000斤大青菜长势良好却无人问津。得知情况后,叶秀玲第一时间带着农批市场“三服务”工作组和菜农经营户往田间地头跑,摸清种植蔬菜和市场销售情况,现场促成种植户与市场经营户达成供货意向。青菜终于有了销路,荣清握着叶秀玲的手,一再表示感谢。

一个多月时间内,叶秀玲带队走访了佛堂镇、上溪镇、义亭镇等数十

户蔬菜种植大户,帮助销售各类时令蔬菜13吨。

助农过程中,叶秀玲发现,本地蔬菜实际是有市场的,出现滞销问题主要还是信息不对称、供需不匹配。在叶秀玲建议下,农批市场搭建了产销对接微信群,把经营户、种植户邀请入内,更好地实现点对点对接。工作人员也会每天在群里发布蔬菜批发价格,供交易参考。此外,农批公司通过设置助农专用销售点、延长自产自销区开放时间、组织供求信息交流会等多种形式,引导鼓励市场经营户与农户建立长期稳定的供求关系,实现助农销售长效机制。

根据线上线下供销情况,市“三服务”办指导下成立的市场“三服务”站还经常性开展走访调研,针对性举办了9场座谈会,分别邀请蔬菜、鲜肉、水产、冷冻品等行业经营户和农户110人次,详细了解各方在生产经营中遇到的难点痛点问题,目前这些问题已全部解决到位。

义乌市民法典宣讲团成立

全媒体记者 王佳丽 通讯员 王洁珊

本报讯 7月17日,义乌市民法典宣讲团正式成立。经由市普法办、市司法局牵头,义乌市律师协会选拔,义乌市民法典宣讲团由19位成员组成,以义乌市律师协会推荐的义乌市优秀资深律师为主。宣讲团成立后,除了科普《民法典》的内容,还将组织讲师团成员和广大普法志愿者,深入基层一线以及机关、学校、企业等,依托法治宣传教育基

地、民主法治村(社区)、新时代文明实践中心(所、站)、农村文化礼堂等场所,开展民法典公益宣讲活动。广泛普及和传播《民法典》,让《民法典》的权利意识、规则意识、诚信意识、和谐意识成为社会群众处理各种事务和日常生活的准则,营造全社会尊法守法用法的良好氛围。把民法典普法宣讲与弘扬社会主义核心价值观有机融合起来,把颁布实施民法典的重大意义讲清楚,把地方立法中群众关注的热点问题讲明白。

旅游从业人员接受急救培训

全媒体记者 王月

本报讯 7月17日,市文旅局邀请义乌卫生进修学校的专家老师为我市导游、星级饭店、A级景区从业人员开展“医心为民,救(就)在身边”急救知识和技能安全培训。课上老师为大家详细讲解了心肺复苏、AED的使用、海姆立克急救法等意外事件应急处置急救知识,并就如何调整体位、判断呼吸、胸外心脏

按压、打开气道、人工呼吸等急救方法进行了现场操作演练,在随后的模拟操作环节,各位老师也对学员们心肺复苏技能操作进行一对一的指导。通过本次培训,进一步在旅游行业普及了基础的急救常识和基本的急救救护技能,强化了旅游从业人员急救救护能力建设,也有利于提升旅游从业人员提高处置旅游突发医疗事件的救护能力。

“若婚内出轨,则净身出户”是无效承诺!



【案件概况】 黄某(男)与李某(女)于2009年7月5日登记结婚。2013年,双方共同购买商品房一套;2015年,双方又购买价值20万元的小轿车一辆。2017年以来,黄某常常很晚回家,李某怀疑黄某有外遇,引发双方矛盾。2017年6月27日,双方再次激烈争吵后,黄某向李某出具一份书面承诺:“本人如日后在婚内出轨,婚后所有财产归妻子,本人自愿净身出户”。2018年9月20日,黄某诉至法院,要求与李某离婚。庭审中,李某同意离婚,并提供证据证实黄某早已出轨,要求依据承诺书判决所有财产归李某所有。

【法律解析】 首先,从“净身出户”承诺书的内容分析,黄某书写的这份承诺书,承诺如婚内出轨,所有财产归妻子所有,其本人自愿净身出户,本质上是对于其将来违反夫妻之间忠诚义务而以书面形式约定的财产处分的协议,属于“忠诚协议”的范畴。其次,从夫妻之间忠实义务的本身来看,《婚姻法》第4条规定:“夫妻应当互相忠实,互相尊重”,该条款所规定的忠实义务,是一种情感道德义务,而不是法律义务,夫妻之间签订的忠诚协议,应由当事人本着诚信原则自觉自愿履行,法律并不禁止

夫妻之间签订此类协议,但也不赋予此类协议强制执行效力。

夫妻一方以此道德义务作为对价与另一方进行交换而订立的协议,不能理解为确定具体民事权利义务的协议。

第三,从社会效果来看,如果赋予忠诚协议法律效力,主张按忠诚协议分割财产的一方当事人,既要证明协议内容是真实的,没有欺诈、胁迫的情形,又要证明对方具有违反忠诚协议的行为,势必导致举证一方为了举证而去捉奸,其成本和负面效应不可低估。

第四,《婚姻法司法解释(三)》第十四条规定:当事人达成的以登记离婚或者到人民法院协议离婚为条件的财产分割协议,如果双方协议离婚未成,一方在离婚诉讼中反悔的,人民法院应当认定该财产分割协议没有生效,并根据实际情况依法对夫妻共同财产进行分割。该条款明确规定了以离婚为前提的协议的生效条件。

而实际上,黄某签订的“净身出户”承诺书正是约定在离婚时双方对于财产分割的约定,故应当依据《婚姻法司法解释(三)》规定,确定该条款未生效。

【律师提示】 无论是忠诚协议还是以出轨为前提的“净身出户”承诺书,均不具有法律效力,不能作为支付违约金、赔偿金、分割夫妻共同财产的依据。

本案中,李某以“净身出户”承诺书主张全部夫妻共同财产归其所有,无法律依据。浙江一片红律师事务所 孔英

深化“三服务” 榜样在身边



叶秀玲(右一)正在开展助农服务。

逛市场 观商情

水培植物夏季“受宠”

全媒体记者 龚艳 文/摄

晶莹剔透的玻璃瓶里,水培的绿萝生机勃勃,两只可爱的小金鱼自由地在水中游来游去,形成一个和谐的小生态。

夏季,类似这样清新自然的水培植物格外“受宠”。在义乌花卉市场内,不少商铺都有销售水培植物。

“大多数植物都可以进行水培。”经典园艺负责人丁小博告诉记者,十多年前他刚入行那会,用玻璃瓶、瓷盆等养水培植物已经盛行,近些年,可自动控水的新型水培花瓶开始进入市场,逐渐取代传统水培方式。据悉,水培植物在新型花瓶内主要依靠陶粒等介质培植,但根系依然生长在花瓶蓄水层中。该花瓶造型更加现代、美观,且具有水位显示功能,目前在高档写字楼、商务区随处可见。

水培植物价格也不贵,小的一二十元就能连盆加植物带回家,大的数百元不等,义乌市场上热卖的主要包括绿萝、富贵竹、一帆风顺



新型花瓶培植水培植物。

等,可用于净化空气。

从泥土根到水根,水培植物前期培植非常重要。丁小博说,植物从泥土里出来后,一定要把根洗干净,然后消毒杀菌,再放入水中,水不能

太满,水位一般没过根部1/3处,这样既不容易烂根,也不容易让植物缺氧。水培植物根据根系具体情况换水,一般在三天到一周内,如果有腐烂迹象,就要赶紧换水了。

高温催热“饮料经济”

全媒体记者 龚艳 文/摄

热在三伏,气温飙升直接催热了“饮料经济”,一年一度的饮料销售旺季悄然而至。

金虹食品负责人宗江虹从事酒水生意已30余年。“以前只有娃哈哈、康师傅几个品牌,现在的饮料五花八门,光我这就有上百种。”宗江虹介绍说。

宗江虹现在每天可卖掉各类饮料三千多箱。她说,这两年比较流行气泡水、苏打水,喝上去与其他甜饮料口感相仿,但却低脂肪、零蔗糖,所以深受年轻人喜欢。牛奶市场也非常大,特别是纯牛奶,适合全年龄段顾客需求,传统品牌蒙牛、伊利、光明等依然热销,价格较贵的新疆牛奶和广东水牛奶也逐渐成为市场的“宠儿”。

同为市场“老店”,万路食品又是另一番景象。货架上,五颜六色的“文创”饮料格外吸引眼球,从“望山楂”“望杏福”到“我的可爱只为你存在”“想带你回到最初的美好”,一句句标



市场经营户展示网红饮料。

语让饮料瞬间变得高大上了不少。总经理毛志芳说,店里之前主要卖罐装,销量虽稳定却很难开拓新的市场,近几年,网红饮料、文创饮料开始流行,她也抓住了市场变化的时机,拿到多

个品牌义乌总代理。产品投入市场后,生意一下子就火爆了。光一款红了两年多的饮料,现在月销量依然保持在1500多件,甜蜜蜜的汽水口感,仿佛让人回到年少时光。