

# 涉及公共安全的产品和设施不该有半点侥幸和凑合

本报评论员 韩福超

引起网络热议,网友将涉事井盖称为“牛皮纸”井盖。媒体调查显示,事发路段是一段尚未验收交付的新建路面,在施工过程中,有4个井盖遭到损坏。村里要求施工队对其进行更换,但施工企业的供货商仓库里承重40吨的井盖暂时缺货,施工负责人便指示工人先买几个便宜的“过渡”,这说法看似合理,但未免太简单草率了。井盖显然不是盖住就行,其质量如何往往关系着公共安全,所幸此番“牛皮纸”井盖被发现得早,没有造成严重后果。视频发布后一天内,问题井盖也已被全部更换。目前,当地纪委监委、市场监管、住建等部门已成立了联合调查组,调查涉事人员责任,涉事4个井盖也被送到专业机构进行鉴定,井盖的生产溯源工作正在进行。

“牛皮纸”井盖,虽然是发生在村道上未竣工路面的个案,但报道中涉及的两个细节值得注意。其一,合规型号的井盖暂时缺货,于是就换上不符合要求的先应付一下,施工方一句“当时我们谁也知道这个东西不合格”,背后潜藏着一种凑合、侥幸的心理;其二,临时过渡的井盖不仅标号不对,质量也不过关,铁锹可以轻易将其破坏、重量明显偏轻,这样的情况是否意味着问题井盖并非个别?

近年来,社会安保措施和公众安全意识进一步增强,但一些特殊点位容易成为安全保障过程中被遗忘的角落,诸如未竣工的工地上裸露的天井口临时用木板盖住,人迹罕至的河道旁救生设施破损或丢失多时等情况不时被曝光,有的还造成了人员伤亡的严重后果。很多时候,未开放、未竣工、未通车、没人来等成了一些地方和单位麻痹大意的借口。与此同时,一些事关公共安全的设备和用具质量堪忧,以次充好、以假乱真的情况并不鲜见。一撞就碎的安全帽、灭了火的灭火器、一烧一个洞的过滤式消防自救呼吸器……一些商家为降低成本、谋取利益,敢于在这些“救命神器”上做手脚,以至于“安防产品不安全”的闹剧不时上演。这些粗制滥造、不堪一击、关键时掉链子的设备和工具,某种程度上也是安全陷阱和隐形杀手,极大降低着人们避险、脱困的可能。

相关乱象背后的现实土壤值得深挖。这当中,有“花最少的钱,装最重视安全的样子”的投机思维,有“大概率不用上”“临时过渡几天”的侥幸心理,有“天高皇帝远,监管查不到”的经验主义,或许还有“工期紧张”“不了解市场情况”等理由。但这些,都不是让安全让路的理由。生命无价,涉及生命的产品和设施,其实不存在任何“过渡期”和容错空间,因为危险随时可能到来。

不被曝光的一些涉公共安全产品的质量,提示有关部门必须加强监管和整治,以更大力度、更实举措去监督相关企业、行业的生产和销售,当好产品质量的把关人、生命安全的守护者。同时,使用这些产品的单位和个人,要摒弃侥幸心理,严格按照相关要求和规范行事,不能有丝毫松懈。

未雨绸缪、防微杜渐,是安全防护的重要思想和理念。时下,越来越多的安防手段与产品被设计推出,覆盖到了更广泛的生产生活场景。但如果缺少安全意识这个“1”,再多的“神器”都是“0”。公共场所、公共设施,应该给公众足够的安全感,这应是有关部门持续努力的方向。

## 社评

### 中国新闻名专栏

一些粗制滥造、不堪一击、关键时刻掉链子的设备和工具,某种角度上也是安全陷阱和隐形杀手,极大降低着人们避险、脱困的可能。公共场所、公共设施,应该给公众足够的安全感,这应是有关部门持续努力的方向。

村道井盖“一碰就碎”——据11月18日央视新闻报道,近日,甘肃省兰州市城关区青白石街道石沟村一位村民在社交媒体发布视频称,村道上新换的井盖质量差,一只手就能轻松拎起,用铁锹不费大力气就敲下了一块,担心会给往来群众带来安全隐患。此事

## 急救培训“每家至少一人”,这份“作业”值得抄

苑广阔

对于心脏骤停的患者而言,把握“黄金4分钟”开展急救意义重大。浙江省杭州市余杭区红十字会计划通过开展急救培训9个专项行动,用5年时间达到“每户家庭至少有一人接受过红十字会急救培训”的目标。(见11月18日《钱江晚报》)

近年来,公众的急救意识和能力有了较大提升。我们常能看见这样的新闻:有人在公共场所发生心脏骤停而倒下,路人用心肺复苏或AED实施急救,最终争取了时间、挽救了生命。普及急救知识,已经成了人们的共同心声和期待。为此,近年来很多城市在人流量大的公共场所投放了AED设备;各地红十字会、医疗机构或社会救援组织也常常举办各种急救技能培训;还有普通市民家中配备了急救用品,在车窗印上“如有需要,砸窗自救”的字样……

这些举措都值得肯定,但相比于一个地方总体的人口数量,能够熟练掌握急救知识和技能的人占比太低。比如,有人突发疾病晕倒在地,周围人却完全不知如何应对,即便附近有AED也不知、不会使用;再如,有的孩子呼吸道卡住异物,一圈人手忙脚乱地帮忙,却无人会用“海姆立克法”施救。

可以说,当有人需要紧急救助的时候,周围了解和掌握急救技能的人越多,他就越有机会得到及时救助,为医疗救助争取更多时间。实现这样的目标,需要在更大范围开展急救知识和技能培训,实现“人人讲安全、个个会应急”。或许,一个人掌握了急救技能,一辈子都用不上,但一旦用上就可能挽救他人生命。

浙江此番通过开展急救培训专项行动,用5年时间达到“每户家庭至少有一人接受过急救培训”的目标,无疑值得肯定和期待。公开报道显示,杭州余杭某社区因长年组织急救培训,率先达到了“每户家庭至少有一名救护员”目标,2023年以来,该区已成功施救7人。

急救培训覆盖“每家至少一人”,会提升普通人群中掌握急救技能的人员比例,意味着当有人需要紧急救助时,能够得到救助的概率大大增加。期待更多地方和救护机构能够从中学到经验和理念,这对于守护生命安全,有着非凡意义。



图说

## 走偏

不开心在网上找人哄、睡不着连麦找人唱歌、起不了床订个叫醒服务……据近日中央广播电视总台中国之声报道,情绪消费逐渐成为年轻群体的新宠。然而,这一领域也存在诸如个人隐私泄露、价格和服务不透明等风险和隐患,部分商家甚至提供违法违规的涉黄服务。

倾诉、叫醒、陪聊、哄睡、安慰……类似情绪服务,满足了不同人的个性化需求,是互联网新业态改变生活的写照。只是,这种服务的随机性、私密性较强,服务内容、流程、收费依据等也缺乏标准,不仅为监管增加了难度,也增加了消费者权益受损的空间。面对眼下一些情绪服务乱象,针对性的监督和制约不可或缺。监管部门有必要开展常态化的整顿治理,消费者则应在仔细辨别、充分沟通后谨慎下单,各方共同维护好情绪消费的市场秩序,才能更好守护情绪价值。

赵春青/图 福超/文

## 重塑“个转企”模式,为市场注入更多活力

胡建兵

近日,福建省市场监管局联合16个部门共同出台《支持“个转企”工作指导意见》,从优化登记注册流程,保障转型衔接顺畅,强化税费政策支持,加大金融扶持力度,优化不动产登记、社保和公积金服务等五个方面提出14条服务举措,重塑了“个转企”的办理模式,除允许个体户通过注销新设方式转型外,还支持个体户采用“直接变更登记”的方式转型升级为企业。(见11月15日《泉州晚报》)

“个转企”简单理解就是个体工商户转型升级为企业。在我国市场欣欣向荣的当下,不少个体工商户的规模、经济实力已经实现跃升,具备了企业的发展特征和前景。为了鼓励、支持和引导个体经济健康发展,维护个体工商户合法权益,稳定和扩大城乡就业,国务院于2022年颁布施行了《促进个体工商户发展

条例》,其中明确,个体工商户可以自愿变更经营者或者转型为企业。变更经营者的,可以直接向市场主体登记机关申请办理变更登记。涉及有关行政许可的,行政许可部门应当简化手续,依法为个体工商户提供便利。该条例为“个转企”按下了转型“加速键”。

以往办理“个转企”,很多地方要求先将个体工商户营业执照办理注销,再办理转型后的企业营业执照设立登记,手续繁琐。福建此番重塑“个转企”办理模式,不仅可以清楚地体现原个体户与企业的关联性,还可延续原个体户的统一社会信用代码和开业日期等信息,并能继续使用原个体户对公账号和征信记录,原个体户的行政许可、荣誉、知识产权也可以得到延续或变更,最大程度地帮助“个转企”企业延续品牌优势、竞争优势、发展优势。

“个转企”不仅是个体工商户“名”的更改,也是市场主体自身转型升级、成长壮大的体

现,还收获了更具优势的经营机遇和市场环境,带来更多“实”的变化。比如,有助于小微企业主体做大做强,拓展其生存和发展空间,带动就业、拉动地区经济发展。按照规定,一个个体户只能有一个经营场所,转型为企业后则可以开办连锁店或加盟店;税务、收支等资金管理以及人员管理将更加规范;投资主体更加灵活,可以增加、变更股东和出资人;企业的经营形式和管理模式可以提高融资能力,会比个体户更容易获得贷款和资金支持;在经营、商业信用、品牌效应等更具竞争优势。

目前,全国各地正在有序推进“个转企”工作,帮助有需要的个体工商户实现转型。据国家市场监督管理总局数据,2023年全国已有超过7万个个体工商户成功转型升级为企业。期待各地能够根据本地实际,针对转型中和转企后的需求和困难,进一步优化完善“个转企”服务,帮助个体工商户尽快度过转型期,完成升级蜕变。

《中共中央国务院关于深化产业工人队伍建设改革的意见》提出,“把劳模精神、劳动精神、工匠精神纳入大思政课工作体系,支持在大中小学设立劳模工匠兼职辅导员”。这次活动就是让同学们在生产一线上了一堂生动的思政课。学生看到了真实有活力、具体有发展的生产一线,也理解了劳动光荣、劳模伟大不是一句空话,精益求精的工匠精神更是需要实打实地投入和付出。这不仅会助推他们在毕业后走进基层、扎根一线,更会为产业工人队伍注入高知、高素质人才资源。这次活动中,同学们对多名一线大国工匠、劳动模范进行了深度访谈,了解了从“职场小白”到“栋梁之材”的成长历程。如何走好职场第一步,如何在平凡的工作中做出不平凡的业绩——相信这些劳模工匠已经为他们做出了示范。

从劳模工匠走进校园,到学生走近生产一线,劳动教育丰富了形式、丰盈了认知,丰满了头脑,这种双向奔赴让“劳动”“劳模”“奉献”等概念更加具象化。希望更多地方、学校与企业开展深度合作,让劳动教育的价值内涵润泽更多学生。

## 学生走近工匠,让“劳动创造美好生活”更加具象

张世光

“这次到现场我才明白,能源安全是一线工人师傅一点一滴用扎实劳动汇集起来的”“原来中国一重的那么多‘第一’是工人师傅在如此艰苦的环境下创造的”……据11月15日《工人日报》报道,日前,一场由黑龙江省总工会宣教文体部和黑龙江大学新闻传播学院联合开展的“大学生走近劳模工匠”活动在大庆油田和中国一重同时举行。近距离感受劳模工匠的日常工作,成长经历和奉献精神后,同学们对劳模精神、劳动精神、工匠精神有了更真实、立体、深刻的认知。

工匠进校园”活动的创新模式,也是劳动教育的一种延伸。此举让学生对以往在文字、图片中看到的抽象概念有了真切感受。比如,站在劳模工匠日常工作台前聆听讲解,触摸一枚枚荣誉奖章、参观一个个创新成果、观察一双双粗糙的手,以及感受室外的冷空气与室内的轰鸣声,都让“劳动”这个词在此刻生动了起来。

学生到生产一线,更容易因为新鲜而聚精会神,因为具体而便于理解,因为参与而入脑入心。从过去的“在听”“在看”变为今天的“在场”,劳模精神、劳动精神、工匠精神也成了听得懂、能领会、可落实的行为准则,这对同学们坚定“幸福不会从天而降,美好生活靠劳动创造”的理念,以及通过辛勤劳动、诚实

劳动、创造性劳动来实现个人价值有着积极且重要的促进意义。

值得注意的是一个小细节,学生在参观劳模工匠工作室时看到一线职工正在使用3D打印机进行技术革新,多位同学直呼“没想到”——没想到一线生产竟然用了这么先进的技术。然而,这个看似与“打铁、拧螺丝”的工厂毫不搭边的3D技术,对于不少劳模工匠来说“只是寻常”。生产一线需要出大力,流大汗——这种过时的认知在一定程度上也影响了很多人对我国制造业发展和职业教育的认知,乃至就业选择。今天的生产一线,懂技术、会创新已经成为一种主流,这里不仅需要大学生的聪明才智,也让他们施展抱负提供了广阔天地。

陈曦

11月12日,在停更三年多之后,李子柒发布了一条以漆器为主题的视频,重新回到公众视野。据11月19日澎湃新闻报道,时间没有冲淡李子柒的影响力,这条视频创下了5小时破亿的播放量,“李子柒回归”也登上微博热搜榜首,网友纷纷留言表达对她的想念,“终于等到你”“顶流归来还是顶流”。

近几年,自媒体博主不断涌现,短视频赛道竞争激烈。这边厢,头部网红更新换代迅速,有人侥幸站上风口,但很快“江郎才尽”,悄无声息地被流量抛弃;有人为了博眼球而炒作、造假,最终自食恶果,“起高楼”与“楼塌了”都在转瞬之间。那边厢,李子柒消失三年,粉丝却依然记得她,热度甚至更甚从前。而她回归后的首条视频,一如往常一般自然、清新、宁静。

没有狗血剧情,没有盲目跟风,首先做一个真诚的内容创作者,这份“精耕细作”或许是让品牌拥有持久吸引力的原因之一。从李子柒到其模仿者,以及其他领域视频制作分享者,之所以能够带动流量,背后都能看到“内容为王”的不变法则。他们走的都是“精品化”路线,每一条视频都经过仔细打磨,色彩清丽,光影如诗,有着极高的辨识度。从这类视频中,人们得以走近蜀绣、印染等非遗传统技艺,感受采花酿酒、种瓜点豆的生活意趣,回溯应季而食、因时而适的生活之道。

近年来,短视频赛道里涌现出很多聚焦传统文化的博主,这当然是好事,但很多网友依然觉得“李子柒无代餐”。这或许是因为,其他博主大多以旁观者、模仿者的姿态呈现,而愿意走到传统深处去学习、展示一段传统文化的并不多。正因为,诸如酿造一瓶酱油,从播种黄豆开始;做蚕丝被过冬,从养蚕开始之类充斥中式美学的“世外桃源”式视频更能打动人心、留住流量,甚至让诸多海外网友沉醉其中,在不知不觉间爱上中国传统文化。

纵观深耕传统文化的头部主播及其作品,他们除了让观众有所收获之外,视频也常常戳中大家心中最柔软的地方。都市生活总是匆忙而焦灼,而此类视频往往恬淡、舒缓,带着人们一起沉下心来、扎下根去,感受一蔬一饭、秋收冬藏。有网友说:“看他们的视频,就像喝了一杯清茶,淡淡的,却回味无穷。”在“卷万物”的语境下,不论是乡土题材视频还是传统文化视频,都给人们提供了珍贵的“情绪价值”,给人慢下来的勇气和力量。

与大部分网红不同,颇受网友关注和喜爱的头部博主们还有个共同点,即不为流量焦虑,拒绝直播带货,而是信奉长期主义,坚持在自己热爱的领域长久地发光发热。比如,有的博主长期拍摄传统文房四宝的土法生产过程,有的则分享古典美妆用品的制作技艺,还有的从传统书籍中学习制香配方并教授方法……那些传递美好、给人启迪、引发共鸣的优质内容,总是会被反复回味,拥有穿透时间的生命力。

互联网时代,速成和速朽同在。我们期待像李子柒那样拒绝“围着流量转”、专注“十年磨一剑”的博主再多一些,为观众带来更多佳作,为网络内容行业注入新的活力。从更广的范围来讲,纯粹、从容与坚韧,不仅是短视频行业从业者稀缺的品质,也总能给作为观众的我们带来省思,这或许是“顶流”真正的价值所在。

## 电话手表功能变异? 商业竞争不能罔顾儿童健康

茅苗

据11月17日东南网报道,近日,有网友吐槽市面上的电话手表越来越花哨,通讯、社交、娱乐、购物、拍照功能应有尽有,让孩子过早接触游戏和“社交”,对现实世界的兴趣和探索欲减退。小朋友还会跟风攀比,嫌弃自己的手表版本太低、功能太少……

儿童电话手表本来的定位是给孩子提供联系家长的渠道和一定的安全保障。然而,如今其过度社交化、娱乐化的问题让家长头疼不已。比如,一些社交功能容易让孩子轻信他人,进而被诱骗;相同品牌的电话手表才具备某种具有社交属性的功能,这导致孩子们盲目攀比……这些都背离了儿童电话手表保障儿童身心健康的设计初心。

儿童电话手表功能变异的背后,是相关企业追求经济效益的考量。电话手表各种社交和娱乐功能的添加,除了产品自然迭代外,更重要的原因是为了让产品更有吸引力和竞争力。功能越来越花哨,甚至不乏“夹带游戏私货”“情色擦边球”等信息,这对青少年儿童来说具有很大的消极影响和危害性。侵蚀孩子们的身心健康来追求商业利润,吃相太难看。某种程度上说,一般电子产品当然是功能越完备、越先进越好,这也是深受消费者期待和欢迎的。然而,在儿童电子产品领域,人们还是呼吁厂商在研发时能够以“幼吾幼以及人之幼”的同理心,多做些减法,让功能更纯粹。比如,一些发达国家的儿童电话手表设计就相对简洁,只置了麦克风、扬声器、开关、音量按钮,增加防水和防尘功能,鼓励孩子运动。

在电话手表槽点满满的当下,相关企业只有扛起社会责任,在产品主要功能体现在保障儿童安全、促进运动健康和个人信息安全上,才是掌握竞争密码的关键。为此,行业监管部门有必要研究相应的矫正对策,完善配套措施,遏制儿童电话手表的过度社交化、娱乐化问题。生产开发企业要严格落实国家相关法规,及时下架不适合未成年人的功能。

在数字时代的浪潮中,一切儿童智能穿戴产品,是否符合儿童需求,是否有利于保障儿童安全、健康成长,应该是考量产品价值的第一因素。

优质短视频何以拥有穿透时间的生命力?