

向英烈致敬，在他们用生命守护的路上接续前行

本报评论员 吴迪

日凌晨，云南瑞丽江边，一男子被执勤武警查出有疑似毒品后逃跑，年仅18岁的姚元军奋力追赶，在距离江边两米处死死抓住了毒贩，与之殊死搏斗。搏斗中，二人坠入江中，姚元军直到最后一刻都没松开抓住毒贩的手，直至壮烈牺牲。

“2分多钟的视频，看得人心痛不已！”这条历史资料视频虽时隔多年，却仍具有直击人心的力量。每年清明时节，都有不少关于祭奠缅怀英烈的新闻。其中，这种只有牺牲后才能看到面容的英烈及其事迹，尤其令人痛心。

禁毒是一项事关国家安危、民族兴衰、人民福祉的持久战，承担这份重任的人并非天降神兵，而是一个个与你我一样的凡夫俗子、血肉之躯。他们长年坚守在禁毒一线，名字、面貌、声音都不能出现于公众面前，一旦公开则意味着这可能是他们在人世间的最后一面。正是他们的坚守甚至是牺牲，换来了我国禁毒工作形势的整体向好、促成了公众对于禁毒战争的更多理解、更大共识。

今天，铭记英烈、继承遗志，是我们义不容辞的责任和义务。一直以来，方方面面采

取了多种形式致敬英烈，为的是“继承他们的遗志，发扬他们的精神，不忘初心，牢记使命，在他们用生命和鲜血开辟的道路上不懈奋斗、永远奋斗”。以禁毒战线为例，从有关方面在日常工作中持续开展专项行动，对任何毒品问题零容忍，到公众对包装成奶茶、电子烟等新型毒品及种植大麻、罂粟等违禁植物不断提高警惕，积极举报违法线索等，禁毒斗争的扎实推进正是对这一战线上的英烈最直接、最实际的致敬。

英雄是民族精神的托举者和时代价值的实践者，是一座座精神丰碑，应该被我们时时铭记和尊崇。每一则引发热议的与英雄相关的新闻，其实也是一个深入探讨如何筑牢平凡英雄的精神基石、如何讲好英雄故事的切口。将凡人英雄的精神内植于心、外化于行，以忠诚与担当、传承与奉献来致敬英烈，应当是我们每个人的良知与责任。

生，并肩携手；死，继承遗志。为了生于兹、长于兹的神州大地的安宁，我们从祖先的“岂曰无衣，与子同袍”唱到如今的“如果说你曾苦过我的甜，我愿活成你的愿”——将凡人英雄的精神内植于心、外化于行，以忠诚与担当、传承与奉献来致敬英烈，应当是我们每个人的良知与责任。

段帮助烈士寻亲；我们常见到孩子们对英雄辈出的群体出于天然的崇敬而争先恐后地向军人、警察敬礼……当近距离感知英雄故事、走近英雄群体等成为日常，爱国情怀、英雄主义将以润物无声的形式融入血脉、深入人心。

“对一切为国家、为民族、为和平付出宝贵生命的人们，不管时代怎样变化，我们都要永远铭记他们的牺牲和奉献。”互联网上，各版本官兵合唱的《祖国不会忘记》的视频被网友大量转发和评论，视频里没有伴奏，亦无掌声，但质朴的歌唱却直击人心：“不需要你认识我，不渴望你知道我，我把青春融进祖国的江河，山知道我，江河知道我，祖国不会忘记，不会忘记我……”如此英雄本色，值得我们给予最崇高的敬意与呵护。

一些人正在用实际行动给出答案——有家长自发带孩子到烈士陵园为烈士献花、擦拭墓碑、为铭文描金；有学校组织学生徒步百里祭奠英烈，用脚步丈量信仰之路；一些地方政府、互联网企业等利用多种技术手



历史名人“复活”， AI玩法有趣有料也需有边有界

龚先生

“黄帝内经”讲‘胃不和则卧不安’，你胃气都亏了，还想睡个好觉？回答我，说话！”年轻人盯着手机屏幕，乖巧地被“扁鹊”教育吃早餐。

近期，不少博物馆利用AI技术“召唤”当地历史文化名人，推出“回答我”风格视频，点击量可观。

此次“回答爆改”中，不少网友为博眼球，“复活”僵尸、阎王、潘金莲等，言辞低俗，脏话连篇。AI赋能，仅仅是一种技术手段，无论“黑猫”“白猫”，绝不能是“妖猫”。有趣有料，有边有界，才能玩出花样，玩出未来。



冷门博物馆变“爆款”， 讲好自己的故事是密码

戴先任

据4月3日新华社报道，洛阳古墓博物馆是一个小众古墓专题博物馆，最近几年突然变成“爆款”。2024年参观人数攀升至205万，并晋升为国家一级博物馆。许多游客一下火车、飞机便拖着行李箱直奔而来。

近年来，“博物馆热”持续升温，但这种热度是不均衡的，一边是诸如国家博物馆、故宫博物院等知名场所一票难求，另一边则是一些地方博物馆、专题馆门可罗雀。这些场馆之所以“冷”，有的是因为位置偏僻、交通不便，有的是因为主题内容相对专业、小众，有的是因为经营管理不善导致游客体验度欠佳。

短短几年，洛阳古墓博物馆从一个冷门博物馆变身打卡地标，成功密码值得探寻。利用自身优势、盘活独特资源、创新表达方式，是其焕发新生的重要原因。

比如，通过文化表达与沉浸式体验的结合，让博物馆在年轻群体中备受青睐。其中，沉浸式游览项目“古墓探宝妙游地宫”结合壁画复原、拓印临摹等体验，让观众以互动方式走进历史；实景剧本杀《古墓探秘》，通过小剧场演绎与演员互动，将历史故事鲜活呈现；“余韵翩翩——古墓乐舞复活记”音乐会，由真人复刻墓葬中的乐舞元素……

更好地满足公众对高品质精神文化产品的需求，要为冷门博物馆“升温”创造更多机会与条件。对此，要多一些求新求变的意识与探索，利用独特资源，挖掘并讲好自己的故事，打造独具辨识度的IP；提供增值服务、衍生产品，帮助观众了解更多知识，寓教于乐，进而凝聚新的吸引力并将其变现。此外，还需要摆脱“门票经济”依赖，提高专业化水平，用品质吸引客流，以热度流量获得收益增量。

冷门博物馆“逆袭”，树立了标杆，提供了借鉴。这对有关地方文旅部门和场所而言十分重要。扬长避短，深挖文化资源，让那些处于聚光灯之外的冷门博物馆不再成为被遗忘的角落，让展陈文物都能“活”起来，是在“文博热”的当下，有关方面的共同使命。

G 媒体声音

◇一篇初中生作文，缘何如此受关注

近日，浙江杭州一中学生的作文《旧轨还乡》引发热议。没有华丽辞章，平实真挚的文字激荡起无数人心底的波澜。

《光明日报》评论说，一位初中生以至情至性的表达重拾文字美学，引发人们对语言文字学习、教育的一番探讨。为适应考试要求，很多学生不得不在各种技巧与模板中腾挪，但语文素养的积累是一个漫长的过程，要感知语文之美，就得有足够的耐心引领学生置身真实生活，捕捉生活之美，这也是我们关注《旧轨还乡》的另一层意义。

◇“学习胖东来”究竟该学什么

这几天，胖东来再次成为热搜：基层员工平均月薪9886元、店长平均月薪7.8万元；联名北京物美的首个调改店、北京第三家“学习胖东来”的永辉超市自主调改店相继开业。

《经济日报》评论说，关于胖东来的传说，归结起来就是两个关键词：质量和服务。更值得关注的是其看似“反商业”的员工关怀，这种高薪可不是做慈善，而是算清了服务提质和员工流失的隐性成本。“胖东来”“胖东来”需要超越对胖东来的1:1抄袭，在质量保障、供应链深耕、组织文化重塑、社区关系构建等环节上“做自己”。

◇员工“坐牢式上班”对企业有害无益

安徽合肥的小鹿妈妈公司因实施全天禁用手机、限制员工出门等严苛管理制度，引发社会广泛关注。近日，合肥市庐阳区劳动保障监察大队已对该公司展开调查并立案。

《中国妇女报》评论说，企业对员工进行适当的管理是有之义，但如果像看管犯人一样“监视”员工，这样的管理显然有些过火了。一个公司要想有凝聚力和向心力，既要有严格、科学、合理的管理制度，更要有人情味。只有尊重员工，满足员工的合理需求，才能赢得员工信任。若是将员工放在对立面，动辄严罚严管，只会影响企业的凝聚力和社会形象，最终阻碍企业的长远发展。

(陈曦 整理)



每一则引发热议的与英雄相关的新闻，其实也是一个深入探讨如何筑牢平凡英雄的精神基石、如何讲好英雄故事的切口。将凡人英雄的精神内植于心、外化于行，以忠诚与担当、传承与奉献来致敬英烈，应当是我们每个人的良知与责任。

据4月6日人民日报微信公众号报道，4月4日清明节当天，一条名为《18岁的他壮烈牺牲！葬礼现场全员被打马赛克》的历史资料视频引发大量网友关注。2011年8月22

废旧手机回收， 必须设置“安全模式”

舒爱民

据4月6日《人民日报》报道，记者从中国资源循环集团有限公司获悉：中国资源循环手机安全回收处置示范项目顺利完成试运行，开始面向省会城市开通手机安全回收处置服务。根据行业数据测算，“十四五”时期，我国手机闲置总量或将达到60亿部。电子电器中含有金、银等贵金属，具有巨大的潜在价值。但废旧手机因其数据安全和隐私保护方面的特殊性，在循环利用中必须特殊处理。

当“抽屉手机”成为闲置手机资源的代名词，当每吨废旧手机能提炼出数量可观的贵金属时，我们不得不正视这个被忽视的“矿产”。中国资源循环集团近日推出的手机安全回收处置模式，不仅为闲置手机提供了安全出口，更揭示了破解废旧手机回收难题的关键：唯有构建全链条的安全体系，才能兼顾资源价值与数据安全，推动循环经济行稳致远。

数据显示，我国废旧手机存量超20亿部，但仅有5%进入正规回收渠道。消费者不愿将手机“交出去”的深层焦虑，源于数据泄露的切实风险。即便多次格式化，通过技术手段仍可能恢复数据，而街边小贩的暴力拆解、二手平台的暗箱操作，更让隐私保护成为困扰人们的心结。这使得大量废旧手机沦为“沉睡资源”，既造成资源浪费，又带来电池老化、重金属污染等环境隐患。

新闻中提及的安全回收处置项目，其创新之处在于通过“线上+线下”模式将安全理念贯穿回收全流程，用户通过“芯碎无忧”小程序下单后，可选择保密邮寄或上门销毁服务。这种“物理粉碎+化学处理”的组合拳，不仅确保数据彻底销毁，还能提升资源利用率。

推广这类废旧手机回收的安全模式，十分必要。一方面，应完善生产者责任延伸制度，推动手机厂商建立回收体系，健全回收企业资质认定标准，杜绝“劣币驱逐良币”；另一方面，需加强数据清除技术的研发，从根源上消除信息残留风险。

当手机回收从“游击战”转向“阵地战”，折射出循环经济从粗放式向精细化转型的必然趋势。在“双碳”目标与资源安全的双重压力下，废旧手机回收的安全模式不仅是技术升级，更是发展理念的革新。唯有将安全基因植入回收体系的每个细胞，才能让“沉睡的矿山”真正变成绿色宝藏，为高质量发展注入可持续动力。



G 图说

“乌龙”

据《法治日报》报道，在福建厦门思明区人民法院发布的一起案件中，某平台未审核逝者信息真实性，导致一名在世女孩被创建祭奠纪念馆，其照片、个人信息被公开传播长达6年，累计访问量超4.3万次。法院最终判决平台侵权，赔偿精神损害抚慰金2万元。

给活人建网墓，如此令人大跌眼镜的“乌龙”，不仅严重侵犯当事人的肖像权和名誉权，还可能为其带来巨大困扰。近年来，网祭平台审核机制缺失、虚拟祭品价格虚高、设置“香火排行榜”揽财等乱象屡被诟病。虽然网络祭扫打破时空限制、环保便捷等优点得到了认可，但该形式本身的优越性不能掩盖行业存在的种种问题。弘扬文明祭扫新风，网上祭扫不失为一个极好的切入点。眼下，民政部组织起草的《网络祭祀要求》民政行业标准已在广泛征求意见，期待相关行业规范和市场监管能早日跟进，真正把好事办好。

李法明/图 乐群/文

治理偷拍黑产，让“住得安心”不再是一场冒险

王志顺

近年来，民宿、酒店房间内发现摄像头的事件频发，成为很多人住酒店的困扰。近日，一民宿平台表示正在调研“摄像头检测功能”技术，并强化了用户举报机制与违规惩戒措施。这一动作再次引发公众对民宿隐私安全问题的关注，折射出隐私权保护与平台责任边界的深层命题。(见4月4日《扬子晚报》)

目前，尽管相关民宿平台的摄像头检测功能尚未落地，但其“举报奖励+全额退款+线索追责”的组合拳，已展现出平台治理的主动意识和决心。这种“用户共治”模式，将消费者转化为隐私安全的“监督员”，一定程度上弥补了技术手段的滞后性。但必须看到，此类事后补救措施难以根治偷拍乱象，用户仍需承担发现、举证等维权成本，平台治理仍

需向“事前预防”加速转型。

4月1日，国务院颁布的《公共安全视频图像信息系统管理条例》正式施行，标志着反偷拍治理进入更加有法可依的阶段。该条例以行政法规形式明确了“民宿客房禁装摄像头”，并将违法成本提升至“最高2万元罚款+吊销执照”，这无疑为消费者维权提供了依据。但法规落地效果仍面临不少挑战：如何解决隐蔽摄像头取证难？如何监管非正规民宿？如何平衡公共安全监控与私人空间边界？这些问题考验着执法精度与平台协作能力。

当前，不少民宿及酒店企业相继布局反偷拍技术，意味着保护顾客隐私正从“合规负担”转向“核心竞争力”。在消费升级背景下，用户对“安全感”的需求和敏感越来越强，能否提供“无摄像头”的安心住宿体验，或将重塑行业竞争格局。但技术研发成本、检测准确率的稳定性等问题，仍是横亘在中小平台

面前的现实壁垒。这提示监管部门需推动建立行业技术标准，避免头部企业“垄断”安全红利。

反偷拍斗争是一场“攻防博弈”，偷拍设备日益微型化、无线化，倒逼检测技术持续迭代，而部分平台“重流量轻审核”的运营惯性，又为违规房源提供了生存缝隙。打破这一循环，需构建“法规震慑+技术防御+用户教育”的立体防线，平台应建立房源监控设备的强制备案系统，执法部门可探索“神秘访客”抽查机制，消费者则需掌握基础防范技能。唯有形成多方共治，才能让“住得安心”不再是

一场冒险。

保障数字时代的隐私权，从平台到监管部门，从立法者到普通用户，都应是参与者。

技术终将进步，制度终将完善，但最根本的转变在于全社会对“隐私不容侵犯”共识的坚守——这或许才是对抗偷拍黑产最坚固的防火墙。

影响更多人，不得不引起重视。当“收到货和图片完全两样”成为普遍吐槽，电商二十年培育的消费习惯可能“毁于蚁穴”。

治理网络购物中的“图文陷阱”，需构建全链条防护网。可以通过法律修改完善，对商品关键信息的文字字号做出明确要求；执法部门可对“买×送×”等易歧义表述制定强制标注的解释条款；平台方要升级审核算法，对主图与详情页实施动态监测，将“小字免责”纳入违规关键词库，建立“欺诈商家黑名单”共享机制，让失信者一处违规处处受限。

数以亿计的消费者不该成为网购的“肉测谎仪”。从“货真价实”的千年商训到“无信任不电商”的现代准则，诚信始终是商业文明的底线。唯有让每个“买3送3”的承诺都经得起放大镜检验，才能守护好数字经济最宝贵的信用资产。毕竟，任何商业模式的繁荣，从来不是建立在消费者“踩坑”的基础之上。

“袜子买3送3”到手3双，网购“图文陷阱”必须尽快填平

范广阔

近年来，电商平台上频现商家利用“图文游戏”误导消费者的“套路”。从抽纸规格模糊到质保期隐藏小字说明，再到袜子“买3送3”实际仍是3双的话术，让不少消费者在收货后大呼上当。(见4月6日《现代快报》)

“150张×6包”的抽纸到手变成3包，“买3送3”的袜子实发3双……这些精心设计的“图文游戏”正成为一些电商卖家的普遍做法。表面看这是商家投机的营销话术，实则是赤裸裸的商业欺诈。若任由此类“套

路”蔓延，不仅严重侵害消费者权益，更将动摇电子商务发展的信任基石。

商家玩弄文字游戏的本质，是利用信息不对称实施“精准欺诈”。在虚拟交易环境中，消费者只能依靠商家提供的图文信息判断商品属性。某些商家正是抓住这一特点，通过主图夸大宣传、详情页模糊表述、关键信息字号微小化等手段，制造认知偏差。这种行径已超出合理营销范畴，涉嫌侵害消费者的知情权和公平交易权。

更深层的问题在于，当前法律惩戒与平台监管尚未形成更加有效的震慑。根据消费者权益保护法，小额商品欺诈最高赔偿仅

500元，相较于商家的不当得利可谓九牛一毛。某电商平台数据显示，2022年涉及“图文不符”的投诉中，83%的涉案金额不足50元。违法成本与收益的严重失衡，使得“套路营销”几乎成为部分商家的常规操作。更值得警惕的是，这种“蚊子肉也是肉”的欺诈逻辑，正在形成劣币驱逐良币的恶性循环。

信任是电子商务的一大核心竞争力。中国互联网协会调查显示，遭遇过“图文陷阱”的消费者中，62%表示将减少平台消费频次，18%选择彻底放弃网购。这种信任损耗带来的负面体验可能会通过社交网络辐射