

一 察者看台

整治“黑服务区”
更要铲除“保护伞”

■周卫国

11日起,央视“焦点访谈”“共同关注”“财经报道”等栏目,连续深度报道了沪昆高速公路沿线贵州铜仁、湖南湘潭、江西上饶境内,客车司机伙同黑店经营者“宰客”的乱象,引发持续关注。交通运输部微信公众号12日发布警示通报称,相关省级交通运输主管部门要立即组织开展调查核实,对查明的相关问题依法依规严肃处理。

报道披露的“黑店”价位让人惊讶。一荤两素的米饭套餐30元,荤菜是炒肉片,素菜只有萝卜、白菜等可选。一碗米粉要25元。如果自带方便面,用一碗热水要5元。其他商品价格都比普通超市高出一到两倍。而知情的司机说,这个不起眼的所谓服务区,利润却十分惊人,一年能挣几千万。投一千万进去,半年之内本钱回来,翻一番。

这些赚黑钱的所谓“服务区”,里面的伎俩与被整治过的旅游大巴

进景区购物店是同样的套路。不仅让人闹心,扰乱了正常的公路客运秩序,而且卫生、安全隐患巨大,更败坏了社会风气,损害长途大巴乘客的利益和安全。

冰冻三尺,非一日之寒。这些长途客车黑服务区存在,时间长的达10、20年,短则三五年。大量长途大巴车常年停靠这些所谓的服务区,而且管理混乱,而相关车管、运政等部门却选择性“看不见”。

不是没反映,只是没人管。这些黑饭店长期存在,其经营者的能量不可小视。背后根本的是利益纠集,黑店、服务区经营者,客车司机和某些管理部门,甚至黑恶势力参与其中,结成利益共同体。正如报道中一个老板说:“我们是自己的地盘,交警、运管什么都是打通的。”就是因为“打通所有关节”,有了“护身符、保护伞”,这些所谓的“服务区”才这般神通广大,肆意宰客。

交通运输部发布通报要求,会同有关部门依法依规严肃处理,坚决打击敲诈勒索、严重侵害群众利益的行为和黑恶势力“保护伞”,并向社会公布处理结果。

发现定位、清查整治这些“黑服务区”“黑饭店”,从技术手段上看,并不难。现在所有从事长途营运的大巴车,都安装有GPS记录仪,只要调出车载行驶数据,在凌晨禁止行车时间没有在高速公路设立的服务区休息,而驶出高速到路外服务区的,通常就会有“猫腻”。那些客车集中停靠点,多是“以利引诱”司机前往的“黑店”。

报道发出之后,交通运输部、湖南省等已开展清查整治行动,维护春运秩序。对“黑服务区”一时的整治清理很迅速,但要彻底杜绝,还需要清除背后的黑恶势力和保护伞,深挖真究,真正切断“黑服务区”“宰客”背后的利益链条,还群众长途安全畅行的便利。

一 有话就说

不妨对送温暖再加深些认识

■彭 宇



年关将近,很多单位都在开展送温暖活动。送温暖,自上而下都在推进,年年都在开展,工作的重要性不言而喻。但是笔者发现,不少人对送温暖的认知理解得不够深,做得不得细,有必要再加深一下认识。送温暖说到底,存在着三个方面的问题,那就是送给谁、送什么、怎么送。

送给谁。我们在开展送温暖前期准备工作的时候,要特别留意下那些亟待需要解决问题、长期呼吁没有解决问题的群众,为他们送去“量身定制”的一些“温暖”。从一定程度上来说,为那些需要党和政府解决问题的群众送去温暖,比常规意义上广泛地送一些米、面、油更有意义和价值,因为这些问题才是他们最急、最忧、最盼的。

送什么。送温暖,不只是简单的送衣、送油、送米、送面等送救济,即便是送物品,也应该根据群众需要,要个性化、多元化一些。送什么要根据排查、调查了解到的情况,群众需要什么送什么,暂时办不到的只要给群众解释清楚了,相信群众也不会不理解。

怎么送。给群众送温暖必须讲究方式方法。要充分尊重群众的感受和尊严,送温暖最好不留痕迹,尤其是小孩、学生自尊心比较强,不要轻易用镜头将他们向社会公开,使他们觉得难堪。能不大张旗鼓地送的最好轻车简从,静悄悄去、静悄悄回;能不宣传报道的最好不宣传报道,正所谓润物细无声,做的目的不是为了宣传,而是真心实意做应该做的、必须做的。要坚决杜绝送温暖活动中各种形式主义,让送温暖回归到正常的轨道,并通过送温暖,看看工作中还有哪些不足,怎样改进更科学,怎样弥补更到位。

总的来说,送温暖要注重细节。只有在细节上多下功夫,送去的才是群众最需要的,传递出的爱才更有温情。

一 世相观点

“网红果冻”该治治了

■徐建中

吃“网红果冻”变酒驾?在浙江,一名女子因为吃了某款果冻,被暂扣驾驶证6个月,处1000元到2000元罚款。交警提示,即使食用前不知情,只要体内酒精含量达到规定的酒驾或醉驾标准,即构成酒驾或醉驾违法。

在很多人看来,“网红果冻”又不是酒,怎么会引起酒驾呢?的确,食用榴莲、蛋黄派、藿香正气水,虽然司机使用检测仪会显示酒驾,但在血液测试中却不会测出酒精含量,属于假性酒驾。这时候,和交警说明情况后,一般情况下司机并不

会被处罚,但在这里,“网红果冻”是一种变相的酒类产品。

根据媒体报道,这种果冻是按照酒精含量12%制作的,吃上几个,体内酒精含量一样会超标。不少驾驶员抱着“猎奇尝鲜”的心理,自称不知情,怎么看都有点不太真实。况且,就算司机真的不知情,没有尝出酒味来,但只要食用之后上路,实质上已经属于酒后状态,是真正的酒驾,不知情不是借口和理由。

更奇怪的是,这种所谓的“网红果冻”不但没有标注所含酒精量,而且连生产许可证等信息都没有。按

照食品管理法,食品中添加了酒精,应该在包装上标注出来,并且明确写出酒精含量。这种网红产品依靠许多主播带货一炮而红,那么,它有没有可靠的质量保证?一旦出了事,究竟应该找谁来负责呢?

酒驾早已入刑,作为一名合格的驾驶员,千万不要尝试什么含有酒精成分的“网红果冻”。作为生产企业,应多考虑消费者利益和安全,明示食品里含有酒精,起到一定的提醒作用。作为管理部门,应加强监管,严格杜绝违规“网红果冻”类食品流入市场。

一 热点发声

莫让虚假炫富短视频
腐蚀你的朋友圈

春节临近,贩卖“炫富短视频”的生意又热闹起来。记者发现,许多电商平台上都有贩卖“炫富短视频”的卖家。一家兜售豪车视频的店铺,每段豪车视频售价仅8元,光法拉利视频就有一百多人购买。据悉,“炫富短视频”往往用来打造朋友圈虚拟人设。



1.此类炫富视频的负面影响一环连着一环。一方面,卖家大肆搬运别人的原创视频,侵犯了短视频创作者的知识产权;另一方面,购买“炫富视频”的人目的也不可能高尚——没富可炫,买来“炫富视频”也要炫,轻则助长炫富等社会不良风气,重则酿成违法犯罪行为。无论是基于保护知识产权,还是从打造清朗的网络环境出发,对于此类黑灰产业的打击都刻不容缓。

笔者认为,从制作销售端来说,平台自身应该把紧审核关,提升技术屏蔽手段,彻底断了“炫富视频”卖家的财路。再从短视频创作端看,从平台到个人,都应树立安全意识,积极配合打击侵权行为。定制“富人”形象,拍下炫富短视频……这手法看似机巧,却很坏。对此也宜展开全链条打击,让那些越过底线的“炫富视频”买卖无法大行其道。

——评论员 樊 成

2.“朋友圈里未必都是朋友”。许多你加过微信的人,在生活中压根儿就没见过。买“炫富视频”的人,就是抓住这一点,要蒙朋友圈里“不是朋友的朋友”——虚拟人设只可能忽悠生人。讲清上述套路,能否识破猫腻,“受众心理”很重要。

首先,有钱固然好,非要炫出来,却是另一回事。昔日某些人爱露“大金牙”,如今某些人晒豪车、秀金表,可谓异曲同工,是会引来羡慕嫉妒,还是暴露“没文化”?半生不熟的“朋友”晒这晒那,你会毫无保留地相信吗?从PS移花接木到几块钱买段豪车视频,有图、有视频不一定有真相。如果炫富的主儿拉你合伙“发大财”,八成“狐狸尾巴露出来”——说好“有钱大家赚”,实际是投资陷阱“请君入瓮”……想明白这一切,保持理智淡定,别想从“富朋友”那捞点啥,炫富才会自讨没趣,虚拟人设才会失去市场。对管理者而言,既然发现买卖“炫富视频”的灰色行当,也该进一步界定,为规范治理提供依据。

——评论员 蒋 萌

一 说道说道

1.近日,有急救专业人士认证的微博账户质疑一段“过路护士抢救心脏骤停男孩”的视频显示施救方法不专业,引起了广泛讨论。

在讨论这件事之前,不妨先放下质疑和争论,能够明确的一点是,这名护士的急救行为确实帮助男孩恢复了心跳,为救护车到来争取了宝贵的时间。换句话说,救人的护士这种职业精神,这种见义勇为的意识值得我们学习。如果护士在救人过程中确实有不够专业的地方,可以提出质疑。对于这种善意的质疑,应该虚心接受,并且把这作为提高专业素养和技能的动力。但是,指正归指正,如果把指正变成苛责,则未免过犹不及。还是那句话,善意的批评可以接受,但是不要把批评变成吹毛求疵,否则以后不管是医护人员还是普通人,面对需要急救的病人,都需要“三思而后行”了。

——评论员 苑广阔

2.“脱单脱贫不脱发,高个高颜求高分”……春节将至,年轻人把不加班、不脱发、不出BUG这些接地气的愿望写进春联,还融入了音符、代码、英文甚至化学元素,写成了别有一番风味的“现代春联”,让年味有了浓浓新意。

随着时代的发展,春联这项传统习俗被赋予新的形式与内容。不少年轻人将互联网中的流行文化套用到春联中,产生许多忍俊不禁的“现代春联”。有人担心这种“万物皆可写春联”的做法,会拉低春联的门槛,消费春联的传统蕴意。其实,春联无论是高雅还是通俗,其本质还是反映人们对未来生活的期盼。简单地讲,就是图个吉利。而这种对生活乐观的态度,才是春联得以延续至今的根本原因。再说,春联不只是人们撰写新年愿望的工具,其实还可以是一个展现个性的平台。与其千篇一律地挂着那几句重复多年的“生意兴隆”,不妨给这些“返璞归真”的现代春联一些包容和空间。

——评论员 陈文杰