

告别“东奥”，相约冬奥

■周卫国

8月8日晚,燃烧了16天的东京奥运会主火炬熄灭,“这是一届关于希望、团结、和平的奥运会。”国际奥委会主席巴赫将国际奥委会会旗,交给2024年第33届夏季奥运会主办地法国巴黎。东京交棒,巴黎接棒。

三年后的法国巴黎尚远,而180天后的中国北京很近。随着东京奥运会结束,距离最近的第24届北京冬季奥运会来了。两次举办夏季奥运会的东京,交出了自己的优秀答卷,奥林匹克的旗帜和火炬,将再次传递接力来到北京。世界首个举办夏季和冬季奥运会的“双奥”之城北京,将以冰雪竞技为媒,书写属于北京的精彩。

在东京奥运会上有一个动人的细节:8月3日的体操女子平衡木决赛,中国选手管晨辰和唐茜靖包揽冠亚军。在颁奖台上,唐茜靖拿出了早已准备好的北京冬奥会会徽,对着镜头展示,发出中国奥运健儿的邀请:冰雪有约,北京冬奥欢迎您。奥林匹克再次进入“北京时间”。

冰雪相约,北京欢迎你。7月21日,在东京召开的国际奥委会全会上,北京冬奥组委向全会陈述了筹

办工作最新进展,表示“将为世界奉献一届简约、安全、精彩的奥运盛会。”从获得冬奥会主办权那时起,北京全力以赴,精心筹备。从采用世界上最先进最环保制冰技术的国家速滑馆“冰丝带”,到充满东方文明意蕴的国家跳台滑雪中心“雪如意”,北京冬奥会三大赛区12个竞赛场馆已经如期完工。“带动三亿人参与冰雪运动”更是将成为世界冬季体育发展史上的里程碑。面对疫情影响,中国克服各种困难,推动筹办工作朝着既定目标稳步前进。国际奥委会主席巴赫对中国给予高度评价,表示场馆建设、遗产可持续等筹备工作各项进展都非常令人满意。

13年前的8月8日,是第29届北京奥运会开幕的日子。北京奥运会用中国智慧、中国力量、中国精彩,为世界为奥林匹克运动,贡献了一次“无与伦比”的奥运会,留下了宝贵的奥运遗产。

2022年,在奥运的五环旗下,世界各国的冰雪健儿,将再次相聚北京。冰雪天地鏖战,万里长城见证,这是一场关于奥林匹克

火炬和精神的传承接力。从夏季到冬季,再聚冬奥,激情冰雪,这是人类在冰的赛道,雪的舞台,追逐梦想、奋力拼搏,向着更快、更高、更强发起挑战,超越自我,在冰雪世界书写属于冬季奥林匹克的力与美、速度与激情。相约冰雪,相聚北京,这是一场以体育名义的盛会,用梦想和友谊,用勇敢和真诚,诠释了奥林匹克运动“更团结”的精神真谛,为人类携手应对疫情、战争等挑战带来深刻启迪。

告别东京,下站北京,中国向世界报告:北京热情相约,北京准备就绪,北京蓄势待发。冬奥会圣火即将在北京燃起,中国正张开双臂,迎接来自世界各地的冰雪健儿。长城脚下,以公平竞争、重在参与,享受比赛、尊重对手,挑战极限、超越自我的体育精神,展现“更高、更快、更强、更团结”的奥运精神,书写“和平、友谊、进步”的奥运北京乐章。



新闻漫话

口罩不合格,谈“主要性能”无意义

■李英锋



某公司8月7日就生产销售不合格口罩事件向消费者和社会各界道歉。致歉信中表示,虽然该批口罩其他的技术标准都合格,没有影响到主要性能,但通气阻力不符合规定的参数,会影响到佩戴时的呼吸感和舒适度,给消费者带来不便。因为生产、销售不符合经注册产品技

术要求的一次性使用医用口罩,近日,该公司收到药品监督管理局的行政处罚,处罚结果为没收该批口罩35095只,并处货值金额22045.83元的五倍罚款,罚款110299.15元。

口罩的透气性不仅影响佩戴舒适度,也影响佩戴安全度,如果透气性不好,消费者佩戴时就会感到呼吸困难,使用不当可能会造成严重后果。实际上,口罩的每一项被列入质量标准、检测标准的参数都是“平等”的性能参数,根本没有什么主要性能参数、次要性能参数之分。评判口罩是否合格,须遵循“木桶原理”,只要有一项性能参数出现短板、不达标,那么口罩就被一

票否决,就在整体上被判定为不合格。

口罩是重要的防护用品、抗疫物资,本着“一项参数不达标,其它参数全作废”的原则对口罩进行监管,符合从严监管防疫物资质量的需求,符合监管规律和执法操作规范,符合消费者的个人防护需求、健康安全需求,符合疫情防控的总体需求。当然,对其它防疫物资,也应该秉持依法从严监管的理念。

企业作为防疫物资质量的第一责任人,必须摒弃“主要性能、次要性能区分理念”,切实加强质量管理,严把每一个质量环节,保障每一项质量参数都达标。这样,才能消除产品的质量短板,才是对消费者负责,对疫情防控的大局负责。

有话就说

“弱冷车厢”体现公共服务人性化

■天 歌

夏天坐地铁空调太冷怎么办?据报道,目前上海、安徽合肥、四川成都、山东青岛、陕西西安等地均有地铁线路增设弱冷车厢,同车不同温,为乘客提供了舒适凉爽的环境。不少网友评论称,这一举措“太人性化,非常好”。

夏天多数人都怕热,但室内空调的温度是不是越低就越好呢?答案是否定的。因为一些儿童、老年人、孕妇等体弱畏寒的人,可能会觉得这样的温度太低太冷。

我们应坚持“少数服从多数”的原则,但是也应本着人性化服务的理念,也就是在照顾大多数人需求的同时,也充分顾及到少数人的需要。把大部分地铁车厢设定为强冷

车厢,也预留出少量的车厢,把温度在强冷车厢的基础上调高一两度,以满足那些怕冷乘客的需求。这样一来,既照顾到了大多数人的利益,同时也能顾及到少数人的利益。

这一小小的改变,充分体现了公共服务领域的人性化理念,值得充分肯定。“弱冷车厢”推出以后,网友们在给予点赞的同时,也提出了两点期待:第一,那些地铁还没有设立“弱冷车厢”的城市,网友纷纷呼吁尽快借鉴学习这种做法;第二,目前国内高铁、动车同样存在夏天空调温度过低,所以有网友希望高铁、动车也借鉴以上城市地铁的做法。

夏天人们确实怕热,但当地铁、高铁、动车车厢内的温度过低,可能让一些人身体觉得不适应,乃至引发疾病。有鉴于此,“弱冷车厢”也就有了客观存在的必要。尤其是在这样的人性化服务并不难实现的情况下,我们没有理由不重视并推动问题解决。



世相浅见

1.近年来,一些不法经营者为逃避监管执法,对“刷单炒信”模式包装升级。区别与往常的“自刷”或者雇佣刷手的刷单模式,这些商家以寄送小额赠品、礼品代替下单商品,形成“拍A发B”交易模式,具有很强的迷惑性、隐蔽性。然而,万变不离其宗,无论违法手段如何披上“合法”外衣,其本质仍构成虚假交易违法行为。

点评:所谓“空包刷信誉”,究其实质就是电商卖家与快递公司合作,为卖家积累更高信誉而进行的模拟交易。卖家完成的交易越多信誉度越高,就越容易得到消费者信任。大多数网店靠良好信誉与服务赢得顾客的点赞,但“空包刷信誉”这类行为,无疑是对新兴网络经济的伤害与破坏。没有诚信的市场如空中楼阁,只有经营者、平台自觉严守法律底线,再加上政府有效的监管,才能使电商经济的繁荣更加持久。想要真正杜绝“空包刷信誉”行为,仍需电商平台从源头加强监管,加大处罚力度。

2.最近,红遍大江南北的煎饼果子又出新话题。天津市人社局组织市餐饮行业协会煎饼果子分会制定了《天津煎饼果子制作专项职业能力职业标准》。消息一出冲上热搜,引发网友对传统中华美食标准化问题的大讨论。

点评:在当今全球化背景下推出官方版小吃标准,主要用意在于保留地方美食特色并打造地方名片。就目前来看,各种地方小吃的制作工艺标准,只是指导性操作规范而不是强制性的,人们可以在手工作坊式特色和规模化生产中作出适当选择。若要做成产业化、规模化,就应当严格按照标准制作,否则就是“一盘散沙”,难以形成品牌效应,最终在市场竞争中败下阵来。

3.当前,手机、电视是满足老年人日常通信和娱乐需求最主要的电子产品。长期以来,这两大类电子产品“适老化”并没有权威的标准。为此,电信终端产业协会、中国电子视像行业协会日前共同发布了《移动终端适老化技术要求》《移动终端适老化测试方法》《智能电视适老化设计技术要求》三项标准,对智能手机和电视的适老化设计做出了详细规定。

点评:值得注意的是,“适老化”改革不应只是手机、电视放大App界面的字体、图片等“关怀版”,而更应该从老年人的真实需求出发,急老年人所急、想老年人所想,为他们解决最急迫的难题。既要“扩面”,也要“包容”。一方面,相关操作做“减法”,适老服务做“加法”。比如,对于有需要的老年人还该在手机页面直接选择电话预约或语音助手,进一步降低老年人使用门槛。另一方面,“适老化”改革时,一些公共服务也应当保留线下渠道和人工方式,确保那些无法使用智能设备的老年人,也能享受无差别的基本公共服务。

综合新华网、人民网

今日论坛

让手机 App 清爽起来

■韩 鑫

打开常用的手机应用程序(App),开屏广告有了关闭按钮;关闭开屏广告后,界面变得干净清爽,开启速度也快了不止一点……近期,针对用户反映强烈、投诉较多的手机App诱导用户点击跳转、弹窗广告难以关闭等违规行为,工信部进行了集中整治,取得阶段性成果。

手机App接入广告本身并无不可,关键在于相关操作要符合法律规定。广告法第四十四条明确规定:“利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。”从去年3月,国家市场监督管理总局等11部门联合印发通知,强调坚决遏制移动App、自媒体账号等虚假违法广告多发、易发态势;到去年10月,国家网信办针对手机App弹窗广告乱象,出台首批专项整治名单;再到工信部这次开展的手机App专项整治行动,近年来相关部门付出不少努力,治理成效显著。

成效值得肯定,治理还需持之以恒。一方面,应加大制度供给,严格规范手机App广告,比如可以引入“黑名单”制度等,提升违法成本。另一方面,也应善用技术,破解难题。比如,运用好大数据、人工智能等技术手段,精准识别和监测手机App平台的广告投放,强化监管的针对性。

让手机App清爽起来,不仅需要监管机构发挥作用,也需要运营平台把好广告的“内容关”。用户选择一款手机App,既有方便的考虑,更有舒心的衡量。因此,对于手机App运营商而言,要有用户意识。只有赢得口碑,才能赢得市场。