

→ 察者看台

谨防“防疫神器”成“忽悠神器”

■李英锋

主动杀灭新冠病毒的口罩、净化消毒卡、蓝光消毒喷雾枪、次氯酸消毒片……最近在电商平台层出不穷的新冠病毒灭杀神器和消毒神器,是“黑科技”还是“智商税”?记者就此进行了调查。相关部门工作人员和业内专家表示,所谓的“防疫神器”的有效性、安全性等还有待考证,不仅实际效果存疑,还可能引发安全问题、健康问题,消费者应谨慎购买。

随着各地感染潮的逐渐到来,人们不仅对相关药品的需求剧增,对防护用品、消毒用品的需求也呈现井喷态势。不少商家为迎合消费者的防疫心理,大玩抗菌、抗病毒概念,把一些口罩、消毒产品宣传成包治各型新冠病毒株的“防疫神器”,其中不乏虚假、夸大成分,不仅欺骗、误导了消费者,侵犯了消费者合法权益,扰乱了市场秩序,还向末端疫情防控施加了负面

影响。

真实、准确是广告营销的法律底线和诚信底线,也是商家的法律义务。一些商家宣传纳米银口罩、纳米铜口罩等防护口罩远超医用级别,能够主动杀灭新冠病毒,对任何毒株都适用,灭活新冠抑制率接近100%,但实际上,对这些产品的有效性还缺乏充分的研究和验证,商家的宣传缺乏科学翔实的数据支撑。有的商家还宣传抑菌卡、消毒卡是随身携带的“空气净化器”,一片杀毒抑菌卡可防护一个月,抑菌率也接近100%。然而,根据专业人士的解释,杀毒卡中的二氧化氯主要在水溶液中发挥作用,并不是释放到空气中就能消毒。更令人担忧的是,消费者使用所谓的“防疫神器”,不仅拦毒、消毒效果难以保证,反而可能带来新的健康风险、安全风险。

相关各方对市场上形形色色的

“防疫神器”一定要引以重视和警惕,谨防“防疫神器”成为“忽悠神器”。鉴于“防疫神器”多在网上传销,网络交易平台应承担起主体责任,对相关商家的经营资质以及商品质量、产品检验报告、合格证明、广告营销用语等进行严格把关,发现商家存有虚假夸大宣传或销售“三无产品”、假冒伪劣产品等行为,应及时采取下架商品、断开链接、封限账号等措施,并向监管部门报告。市场监管等部门应强化对“防疫神器”的线上线下巡查,增加产品抽检批次,对商家的不实宣传、注水宣传行为进行治理,对存在问题的商家依法采取约谈、处罚、责令整改、曝光、失信惩戒等措施,倒逼商家增强自律意识,守住法律底线,规范营销行为。消费者也应擦亮眼睛,多一分理性,少一分盲信,多听听专业声音,增强对不良商家忽悠的辨识能力,科学选择和使用相关防护用品、消毒用品。

→ 新闻漫话

“共享药品”传递暖心力量

■志 宏

连日来,在一些社区居民微网格微信群里,居民“慷慨解囊”、邻里“共享药品”的暖心之举不时上演。除了退烧药、酒精、消毒液、扎口垃圾袋甚至大米鸡蛋等东西;也有不少邻居之间相互分享,甚至有的邻居家里有人发烧,还会主动告知周边邻居,经过门前时注意防护。同时,社区网格员登门走访三无孤老家庭,送上装有感冒清热颗粒、口罩、健康科普海报的爱心医药包。“共享药品”是齐心战疫的暖心力量。“共享药品”事情虽“小”,但折射出市民邻里守望相助的真情厚意。线上沟通,线下互助,从抗疫封控期间的物资共享,到共同战疫的药品共享。疫情期间,类似的场景全国各地都有,你缺的药我有,我需要

的你给。一来一去之间,传递、接力爱心和善举,“邻里互助、同心战疫”汇成冬日暖流。一幕幕暖心场景,温暖了居民的心,令人感动、令人难忘。这是一种博大的爱心传递,是齐心抗疫的暖心力量。

疫情期间,更能看出一座文明城市的自觉和温度。疫情放开后,邻里之间守望相助、患难与共,共渡难关,这是传统美德的彰显。很多人也会因为得到帮助从受助者转为助人者,在“角色转换”中传递大爱。亲帮亲、邻帮邻,生动展示了中华大家庭的传统美德,充分体现了社会正能量。

疫情无情,邻里情深。虽然疫情给我们造成暂时的困难,但是,有政府的关心,有邻里的互助,我们有信心,更有力量战胜疫情。



→ 有话就说

期待更多快递小哥拥有签约“家庭医生”

■周家和



近日,一场“暖蜂关爱行动”在北京市石景山区广宁街道冬奥社区综合文化中心开展,现场进行了家庭医生团队签约仪式,并为快递小哥发放中药代茶饮。

据报道,本次活动由广宁街道组织,广宁街道社区卫生服务中心、广宁街道新的社会阶层人士联谊会共同参与。此次签约,首次将家庭医生服务范围扩大到新业态劳动者群

体,为他们建立完整的个人健康档案。快递小哥徐伟说:“因为工作原因,以前我们不舒服的时候经常拖着,或者干脆自己买点药吃。这次我们签约了家庭医生,有健康方面的问题只要给自己的医生打一个电话就行了,这种线上问诊的方式为我们提供了很大的便利。”

疫情当下,作为保障城市运行的重要力量,快递小哥徐伟等新业态劳动者群体克服困难和不适,仍然坚守在岗位上,理应受到全社会的尊重与关爱。广宁街道社区卫生服务中心与他们签定期限服务协议,建立稳定的契约关系,为他们提

供以基本医疗、基本公共卫生和健康管理为主要内容的连续性健康服务的做法,值得点赞和倡导。

笔者以为,快递小哥拥有签约“家庭医生”,体现了党和政府对新业态劳动者的亲切关怀。因为它为新业态劳动者提供了一种全新的、更为方便的、动态的、个性化的健康管理服务。可以说,这是将新业态劳动者的健康管理作为对他们的尊重与关爱加以具体化。元旦、春节即将来临,快递数量会激增,增加部分最后都要落到快递小哥多跑、快跑身上。所以说,全社会都应该用更多关爱来温暖他们的敬业之心,护航他们的健康,让他们在为社会提供服务的同时,也能更好地分享社会发展的成果。我们乐见并期待有更多快递小哥拥有自己的签约“家庭医生”。

世相浅见

1. 根据民政部近日发布的数据,2022年前三季度有164.3万对夫妇结束婚姻,比去年同期增加5.9万对,同比增加3.7%。婚姻律师刘辉表示,在离婚案件中,女性是原告的占比更高。

点评:“执子之手,与子偕老”,这句话是对爱情最美好的描绘。相爱容易相守难,夫妻幸福终老其实并不容易。对大多数人来说,婚姻出现危机是不可避免的。离婚固然可以解决婚姻危机,但不是解决婚姻危机的最好方法,更不是唯一选择。如果不去找到导致婚姻出现危机的原因和解决的办法,而只是简单地以离婚应对,其实无法让未来人生走出困境。婚姻存在矛盾和问题不可怕,可怕的是不能正确对待并且找不到或不愿使用正确的处理方式。

2.近日,浙江省衢州市总工会在浙里办APP上线“群智空间”应用,让职工书屋“漂流”起来,有利于破解书籍闲置、图书资源供需不匹配等问题,满足更多职工的阅读需求。职工只需点击“一键借阅”后即可快递送达,实现“掌上点、零次跑”,有效推动群团部门文化益智服务方式转型、业务流程转变。

点评:“漂流书吧”激活“沉睡”的书籍。“书是人类进步的阶梯”“一本好书会影响人的一生”。阅读一本好书甚至能改变人的一生,而一个民族的精神境界,在很大程度上取决于全民族的阅读水平。高尔基说:每一本书都是一个用黑字印在白纸上的灵魂,只要我的眼睛、我的理智接触了它,它就活起来了。生命因为读书而充实,因为充实而快乐。尤其是在物质生活丰富的今天,多读书,对我们每个人来说都是十分必要和有益的。随着人类的进步,时代的发展,给读书注入了新的内涵。

3.近日,在浙江省海宁市千百荟织造有限公司织造车间,由职工书画院的7名书法家组成的公益文化服务队正挥毫泼墨。不一会儿,原本堆满布艺品的车间地上、货架上铺满了“福”,而职工们或驻足欣赏春联,或拍照留念,或万“福”挑一。纺织工俞玲霞直说自己挑花了眼:“‘娘家人’把我们放在心尖上了,事事想在前,‘年货’都送上门了。”

点评:笔者以为,文化浸润是全面推动职工素质提升的关键之一。文化活动架起了工会与职工之间的桥梁,通过文化活动,可以丰富职工精神文化生活,愉悦职工身心、陶冶职工情操,为企业高质量发展提供坚实保障。可以说,丰富职工的文化生活可以增强企业职工凝聚力。我们期待有更多类似海宁市工人文化宫公益文化服务队这样的“文化富工”专列“驶”进企业,丰富职工文化生活,让更多职工共享“文化套餐”魅力,推进职工精神文化生活“共富”。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

年度字词触动时代脉搏

■静 子

近日,由国家语言资源监测与研究中心、商务印书馆、光明网联合主办的“汉语盘点2022”揭晓仪式在京举行。“稳”和“党的二十大”分别当选年度国内字、国内词,“太空会师”“一起向未来”“电子榨菜”“俄乌冲突”等被评为2022年度十大流行语。

从年度国内字中,我们读懂处变不惊的中国。“稳”是主基调,也是大局,反映了中国人务实的处世哲学。放眼报端屏前:论及经济发展,我们坚持“稳中求进”;论及改革场景,我们强调“蹄疾步稳”;论及粮食安全,我们讲“端稳中国饭碗”……尽管世界既不太平也不安宁,但中国人自有一种“任凭风浪起,稳坐钓鱼船”的沉着与冷静,这是久经磨难后的蓄势待发,也是洞悉大势后的积极应对。

从年度国内词中,我们读懂昂扬奋进的中国。“党的二十大”谋共富之业、扬改革之帆、行法治之道、筑未来之基,事关党和国家事业继往开来,事关中国特色社会主义前途命运,事关中华民族伟大复兴。在已经绘就的宏伟蓝图中,我们看见了一个到处充满生机、各项事业蒸蒸日上的中国。尽管“逆风”与“回头浪”偶有阻碍,但我们有信心、有条件、有能力战胜前进道路上的任何风险挑战。

文字,是忠实的记录者,也是有生命力的表达者。重温“年度字词”,回首那些或让人喜悦、或倍觉酸楚的过往瞬间,我们依然心潮澎湃、思绪万千。2022年正在悄然远去,而被时光定格的文字正涌动着永恒的力量。