

将守规矩的安全基因融入每一处细节

本报评论员 吴迪

部门的指导下,房东用实体墙封堵了连通一楼与二楼楼梯口的门,形成了防火“硬隔离”。正是这堵墙阻止了火势向楼上居住区蔓延。

“下店上宅、前店后宅”是典型的“三合一”场所,其消防安全措施包括在生产经营储存区与住宿区之间进行严格的防火“硬隔离”。上述新闻“三合一”场所建起一堵防火墙并成功阻止火势蔓延,是消防安全领域一起典型“听劝”案例。同样,不久前,云南一家“下店上宅”式电动自行车维修店一楼起火,店内父女在睡梦中被烟雾报警器警报惊醒,迅速扑灭了火势。仅一周前,店家在消防部门的反复劝导下,刚刚安装了烟雾报警器,购置了灭火器。

在不少地方,集生产、生活、仓库为一体的小工厂、小作坊等“三合一”场所,往往是消防安全治理的重点区域,各地一直有着严格的防火要求,比如落实防火分隔措施,设置逃生疏散设施,严格落实火源控制措施,控制可燃材料的使用,应用好喷淋和烟感报警等技术防范措施等。而现实中,消防安全举措的落实面临不少阻力。有的“不听劝”,抗拒消防劝导,如坚持将废旧纸箱等杂物堆放在楼道公共空间,执意推电动自行车进楼进电梯等;有的表面遵守规定,却在购置消防设施上弄虚作假,如购买假烟雾报警器或非标灭火器当摆设,应付检查等。

“不听劝”,多是出于成本算计和侥幸心理。前者在于,很多“三合一”场所的经营规模有限,甚至是家庭作坊,定期更换灭火器、安装逃生梯等对经营者构成一定成本压力;后者在于,很多人没有经历过火灾事故,对他人的教训多有“隔岸观火”“隔靴搔痒”之感,麻痹、侥幸心理更占上风。

“听劝”的本质是遵守消防规章制度,认真整改安全隐患。事实证明,这是尽可能减少或避免事故发生的最可靠的做法。因为消防相关规章制度的制定都“事出有因”,甚至是以沉重的代价换来的。而在生产生活中,“不听劝”最后导致重大火灾事故发生的教训不在少数,比如无资质人员违规动火作业,常

闭防火门长期违规开启,逃生通道违规上锁等,教训极为惨痛。

近年来,不少地方注重发挥群众身边典型案例的警示作用,让熟悉的地方、身边的人、活生生的铁铮铮的教训摆在眼前,杜绝潜在的侥幸心理等。比如,湖北黄石一家足疗店在消防监督员多次上门督促下,在墙外安装了逃生梯,今年上半年,隔壁店火灾波及该店,店主儿子通过逃生梯脱险。这事在当地引起强烈反响,一条街商户主动参与消防整改,并形成共识:“听劝”整改是一种安全投资。

不少火灾事故中,原本有很多次机会可以改写结局,反思教训时我们会发现很多“违规”“本可以”“如果……就好了”,然而,生命没有“假如”的机会。

在消防安全治理上,诸多“听劝”的正面事例和“不听劝”的惨痛案例启发我们,排查生产生活消防隐患,摒弃侥幸心理,为生命安全投资,将严格遵守规定的安全基因融入生产生活的每一处细节,十分重要。

现场·我在我思

罗筱晓

据近日澎湃新闻报道,在刚刚结束的2025年上海书展上,一款“鲁迅同款毛背心”火上热搜。这款由人民文学出版社旗下文创品牌推出的“鲁迅系列·大先生的毛背心”,吸引年轻一代争相抢购。有网友戏称,这是文豪的战袍,穿上秒变“人间清醒文学青年”。

历史上,“大先生的毛背心”确有其物。1926年秋天,许广平在广州织了一件紫色绞花针织背心,寄给在上海的鲁迅。随后数年,鲁迅曾穿着这件背心上课、写作、开会。在鲁迅留下的部分照片中,毛背心可谓是一个十分抢眼的搭配单品。

在此基础上,文创团队复刻出了一件“鲁迅同款毛背心”,显然不仅仅是一件复古风的衣服那么简单。有人从中看到了近90年前分隔两地的爱人间的温情;有人发现自己上学时动不动就要“全文背诵”其作品的大文豪原来也这么有时尚感、有生活气息;还有文字工作者开玩笑称穿上毛背心可以提升“文人气质”。

当不同的人能在一件背心中找到不同的意义,它的走红也就不难理解了。把大师置于高高在上的位置、用生硬说教的方式向受众灌输其作品和思想,早就合时宜。当下的年轻人更愿意以可感知、可触碰甚至可参与其中的方式,接近包括文学在内的各种文化形式。

这种情况下,文创产品就成了一种便捷的载体。近两年,我和我身边的同事买过不少文学主题的帆布包,上面印着的或是作家名言,或是经典作品片段。对我而言,相比于收纳功能,这些帆布包更重要的作用是让我实现了自我表达。穿上“大先生的毛背心”大概也是同样的感觉。

近年来,通过对文化符号创造性的开发,不少爆款文创产品相继涌现。比如,国家博物馆以文物“九龙九凤冠”为原型推出的凤冠冰箱贴,长期占据该馆文创产品“销冠”位置;北京古代建筑博物馆复刻古建筑制推出的天官藻井冰箱贴则常常“一贴难求”。去年,全国多地开售文创交通卡,手持一枚“玉玺”或一块“把子肉”刷卡进站的体验增加了乘坐公共交通出行的乐趣。

不同于普通消费品,文创产品除了产生经济价值以及为消费者提供情绪价值外,还肩负着人与文化间建立快速通道的特殊责任。以此次上海书展为例,在“鲁迅同款毛背心”出圈的同时,也有人表达了疑问:为何书展走红的不是图书?类似的情况不止发生在书展上。在有的博物馆,网红文创产品的热度超过了展品,排队购买商品成了部分游客的首要任务。

文创产业蓬勃发展的自然是好事,不过所谓文创,“文”必然是第一位,如果产品背后只是营销噱头,或者产品讲出的故事无法持续唤起共鸣,那么当人们的新鲜感消退,文创产品“失宠”恐怕就是迟早的事。俄罗斯作家契诃夫曾在书信里写下一句话:天气好极了,钱几乎没有。如今,这一“金句”已被应用于各种文创产品中。然而,相比于“人尽皆知”,如果有人能因为这句话的有趣而去了解契诃夫的作品和思想,那才是文创产品更长远意义。

随着产业的发展,文创产品的形式会越来越多样。不过,真正决定一个文创产品是否成功的,不是销量,而是它是否发挥了“引路者”的作用,让更多人愿意从购买一个商品走向了解一种文化形式,从消费一个文化符号走向传承一种文化内涵。

文创热,从消费文化符号走向传承文化内涵

社评

中国新闻名专栏

在消防安全治理上,诸多“听劝”的正面事例和“不听劝”的惨痛案例启发我们,排查生产生活消防隐患,摒弃侥幸心理,为生命安全投资,将严格遵守规定的安全基因融入生产生活的每一处细节,十分重要。

据8月24日《应急管理报》微信公众号报道,近日,浙江金华市一家玩具加工坊突发火灾,一墙之隔的邻侧区域则完好无损,且住在楼上的人员全部安全逃生。此前,在消防

育儿补贴的“掌声”岂能被市场“涨声”淹没

张西流

每年每年3600元,补贴直至年满3周岁,预计惠及超2000万育儿家庭……据《新华每日电讯》报道,近期,旨在用“真金白银”缓解家庭养育压力的国家育儿补贴政策发布。然而,有新手父母反映,奶粉、纸尿裤等母婴用品近期“悄悄涨价”,部分产品涨幅“甚至不小”。另一边,有商家称仅少数品类价格略有波动,且涨价与育儿补贴政策出台并无关联。

育儿补贴政策的出台,承载着国家缓解家庭育儿压力、提振生育意愿的殷切期望。对于普通家庭而言,每年3600元的补贴无疑是一阵“及时雨”。然而,当奶粉、纸尿裤等母婴用品“悄悄涨价”,补贴的温暖被价格寒流冲刷,家长的获得感就会在“价签游戏”中悄然流失,这绝非政策初衷,更不应成为市场常态。

母婴用品涨价背后,原因或许是复杂的。一方面,原材料价格上涨、物流压力增大等客观因素确实存在,企业成本压力会传导至终端。另一方面,不排除部分商家借政策东风“割韭菜”。他们利用补贴政策带来的市场预期,以更换包装、优化配方等为借口抬高价格,或是以“促销截止”“折扣取消”为由回调价格,侵犯了消费者权益,也扰乱了市场秩序。

作为刚需产品,母婴用品的价格波动对家庭影响深远。婴幼儿对奶粉、纸尿裤的某个特定品牌依赖性更强,更换成本更高,家长往往被迫接受涨价,缺乏议价能力。尤其对于低收入家庭来说,涨价带来的经济压力更为显著,可能抵消补贴带来的实惠,甚至加重育儿负担。

育儿补贴的“掌声”,绝不能被一片“涨声”所淹没。在尊重市场规律的同时,监管部门也要提防商家借势涨价的行为,应重点跟踪奶粉、纸尿裤等必需品价格走势,建立监测机制,对哄抬物价的行为果断出手、严厉处罚,提高违法成本。企业须摒弃短视思维,担起社会责任,通过优化供应链、提升效率等方式消化成本压力,而非将负担转嫁给消费者。

育儿补贴是民生工程,不是市场盛宴。在建设生育友好型社会的道路上,面对新问题新挑战,各方应协同发力,让政策红利切实惠及万千家庭,让每一份育儿补贴,都能化为孩子成长路上的温暖阳光。



图说

不得劲

精力下降、周身酸痛、入睡困难、白日思睡……据人民网报道,近日,江苏南通市中医院开设专病门诊,专治各种“不得劲”。出乎预料的是,该门诊异常火爆,除了中老年人外,常年熬夜的年轻人成为看病主力军。

“浑身不得劲”是不少年轻人的“通病”,其中有些人是生理健康问题所致,有的人是因为工作节奏快和压力大导致的精神焦虑,但不容否认的是,也有人因为报复性熬夜,如玩游戏、刷视频等挤占睡眠时间,休息质量差而导致疲倦。不论哪种情况,“浑身不得劲”都应得到重视,同时倒推产生问题的原因,积极对症治疗,改善作息。面对亚健康问题,我们应端正养生态度。有人调侃时下的年轻人“熬最深的夜,喝最补的茶”,其实道出了问题的关键——太多人并不爱惜自己的健康。专病门诊可能治不了一个人的生活习惯。期待更多人重新审视自己的生活习惯,好好睡觉、按时吃饭、规律运动,或许这些才是良药。

赵春青/图 嘉湖/文

共享设备不便民? 解决痛点才能激活亮点

张千

骑共享单车进入“运营区”还车仍被提示“不在运营区内”,为还共享充电宝13个归还点均以失败告终……据8月22日《工人日报》报道,市面上常见的共享设备存在“好借难还”现象,引发热议。

热议的背后,是消费者的感同身受。从大家的经历来看,设备难还的表现形式五花八门,以充电宝为例,附近没有归还点、有归还点但无空余插槽、有插槽但系统故障等等,每个问题都通往同一个“还不上”的结局。有人戏言:“扫码的那一刻,所有的便利都可能在暗中标好了价格。”最终,还不上充电宝需花费99元买下,停不进P点的单车调度费从几元到几十元不等。部分问题并非消费者个人原因造成却最终由其买单,难免给人运营方故意“薅羊毛”之感。

除了归还难之外,各种共享设备扫码后

才发现损坏、快充不快、归还后仍计费、分钟级超时却按小时级计费等情况,也时有发生。种种问题把便民变成了“扰民”,让不少消费者对共享设备产生了抵触心理,进而“用脚投票”,这显然不利于相关行业的长远发展。

“以共享之名,解民生之需”是共享服务兴起时的主打“卖点”。然而,如今的共享设备却时常表现不佳,消费者本身的痛点没解决,徒增更多不便。究其原因,首先是企业的技术支撑不到位,定位信息不够精确,设备稳定运行能力有待提升。其次是产品不够智能,企业仅满足于提供基础功能,产品更新换代较慢。此外,维修保护也相对滞后,设备发生故障后迟迟得不到修复,加剧了设备不便民的问题。

这些或许又来源于企业对用户体验的轻视和运营理念的短视。共享服务行业竞争的重点在于“抢得好位置”,在商圈、交通枢纽等人流密集地,能够争取到更多的投放点、加大

投放量,意味着流量的增加,设备使用频率的提升。在巨大的“流量池”中,问题终究是少数,为几元、几十元较真的消费者也是少数,这就让消费者产生了侥幸心理,忽视了诸多细节和消费者的感受。

实际上,在市场竞争中,口碑的力量是巨大的,良好的体验会让用户成为“野生”代言人,从而吸引更多潜在用户,帮助品牌巩固形象,提升知名度。同理,负面评价也会通过社交媒体传播开来,引发信任危机。就此而言,谁能率先解决共享设备不便民的痛点,让其回归高效、便捷属性,谁就能在众多共享设备品牌中脱颖而出。从长远来看,相关企业不仅要提升技术、产品、维护等多方面的“硬实力”,也要在畅通投诉渠道、妥善解决纠纷的“软实力”上下功夫。

让人们借得舒心、用得放心、还得安心,是共享服务企业应该重拾的“初心”,也是推动共享经济从“数量覆盖”走向“质量提升”的必由之路。

一方面,相关部门应加强对中介市场的监管,严厉打击虚假宣传、诱导造假、高额收费等劣行,净化社交平台上的代办广告。同时,要优化补贴申领流程,通过官方平台提供清晰指南和咨询渠道,降低学生的信息获取门槛,让“自主申请”更加便捷可行。另一方面,高校需要加强创业教育与指导,既要普及政策内容,也要警示各种风险,引导学生认识到,创业非小事,能否成功取决于项目质量与个人能力,创业补贴只是“助力金”而非“终极目标”,从而帮助他们避开中介的花式套路。

大学生创业补贴,承载着国家对青年创新的期待,也是年轻人迈向创业之路的重要支持。中介机构对这笔资金的覬覦与啃噬,将会挫伤社会对创业环境的信任。唯有通过加强监管、优化流程、提升意识,让补贴申请回归便捷、透明、合规,才能确保政策的温暖真正送达青年群体,让每一个青春梦想都能得到尊重与呵护。

别让“补贴代办”乱象挫伤大学生创业热情

郭元鹏

“手把手教你申请创业补贴,补贴6w+”“最高可申领数十万元大学生创业补贴”……据近日《法治日报》报道,一些社交平台上,这类“代办大学生创业补贴”的帖子层出不穷,瞄向怀揣创业梦想的大学毕业生。这看似“钱从天降”的机遇背后,却暗藏着一些中介精心设计的陷阱。不少涉世未深的年轻人满怀希望入局后,不仅收不到分毫补贴,反而深陷消费纠纷,甚至面临法律风险。

中介机构盯上大学生创业补贴,本质上是将政策福利异化为“收割工具”。大学生初出茅庐,对创业补贴的申请流程和政策要求往往不甚了解,这种信息差让一些非法中介看到“商机”,趁虚而入,他们以“全程代办”“保证到账”为诱饵,布下层层圈套:有的收取高额“服务费”却只提供毫无价值的模板资料;有的教唆毕业生注册“空壳公司”,埋下法律隐患;更有甚者,在补贴到账后强行索要高额分成。本为滋养青春梦想而设的创业补贴,却被不法分子肆意瓜分,这不仅啃食了政策红利,还可能浇灭年轻人的创业热情。

更令人忧心的是,中介的“代办”套路可能给大学生带来长久的负面影响。为满足补贴条件,部分中介“指导”学生虚构项目、伪造数据,甚至盗用他人信息。一旦造假行为被发现,学生不仅面临补贴被追回、资格被取消的处罚,还可能背负信用污点,未来就业与发展都会受到影响。这类情形中,即使侥幸获得补贴,后续的公司注销、税务处理等难题也会让缺乏经验的毕业生手足无措。而某些中介在收取费用后直接失联,毕业生更是陷入“钱证两空”的困境。

就业是最大的民生。守护大学生的创业梦想,需要从“堵漏洞”和“强引导”两个角

“物业服务不达标就扣钱”的作业,可以抄

何勇海

据8月25日《工人日报》报道,河北沧州近日在全国率先推出创新举措,试点实行物业服务费与服务质量挂钩:物业公司想拿到全额物业服务费,需先过业主“考核关”。在试点小区,业主缴纳的物业费全额存入专用监管账户,由物业公司、住建局、银行签订三方监管协议共同管理。资金按月拨付、季考核、年周期“流转”——每季度前两个月全额拨付,最后一个月先拨90%,剩余10%根据季度考核结果决定是否拨付。若考核排名靠后,费用先扣留督促整改,下次考核改善则补拨,若全年考核不合格,所有被扣费用需退还业主或冲抵次年物业费。

一段时间以来,一些地方物业服务与业主期望存在差距,常常引发争议:一边是业主吐槽交了物业费,却还是卫生没人打扫、电梯没人修;一边是物业公司抱怨物业费收缴率太低、运营成本难以维持。在不少小区,业主付出的高价物业费并未获得等值的物业服务,这样的“不对等”造成业主与物业服务企业之间矛盾突出、纠纷不断:有业主拒缴物业费,物业公司以停水停电等方式催缴;有业委会组织业主更换物业公司,有物业公司赖在小区不撤场,双方陷入僵局。

“好房子”更要有“好服务”。物业管理关系到广大业主的切身利益和生活质量,关系到小区、社区乃至社会的和谐稳定。由此,解决物业服务“质价不相符”的问题,不断规范和完善物业管理,必要且迫切。从这个意义上讲,此番沧州试行的“服务不达标就扣钱”的机制,为各地提供了可借鉴的样本,有助于推动物业公司和业主形成良性互动。

在这方面,很多地区都在动脑筋、想办法。例如,在重庆,有的小区引入“弹性定价”模式,将物业服务选择和定价权交给业主,服务内容与收费价格都经业主商议决定,构建起“因事定价、对价支付”“按需供给、按服务付费”的物业服务机制,既满足了业主个性化的服务需求,也倒逼物业公司提升精细化管理水平。

期待各地重视起来、行动起来,推动物业行业向规范化、透明化、品质化方向发展,让更多业主与物业企业“双向奔赴”,为构建共建共治共享的社区环境注入新动力。