



政府指导、医院推进、民间出力,形成一股合力才有可能有效推进爱心厨房系统化、规模化和专业化地运营下去,促进患者康复,减轻家属负担。这就需要有关方面提前介入,明晰各方在爱心厨房的责权利边界,对卫生、营养和安全进行规范指导等。越是惠民好事,越要做细做实。

——北京晚报:《医院共享厨房,传递的是善良》

儿童剧本杀能否成为新的风口,取决于它能否成功开拓属于自己的市场。

尽管成人剧本杀在年轻人群中广受欢迎,但儿童剧本杀仍然是一个小众领域。剧本杀需要投入大量的时间成本和金钱成本,家长是否愿意让孩子玩儿剧本杀尚未可知,怎样让儿童剧本杀“寓教于乐”而非“玩物丧志”“游戏成瘾”仍有待商榷,能否发掘潜在市场、延续产品生命力亦前途未卜。

——红网:《儿童剧本杀能否成为新风口?》



【本期话题】

“蓝月亮”变身“蓝月亮”

原以为买的是蓝月亮,收到货却发现是“蓝月亮”。河北廊坊一高校女生在宿舍拿出网购的洗衣液,引得室友哈哈大笑。10月11日,售卖“蓝月亮”洗衣液的商家告诉记者,不是只有大品牌才好用,支持试用,不满意可退货。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎孙建国 消费者看着买的是“蓝月亮”,结果网购回来的洗衣液却是“蓝月亮”,如此靠字形近似的傍名牌现象并非个案。对于如此混淆视听的厂商,市场监管部门应该依法严厉打击,平台也应该禁止此类产品上架。当然,消费者也要负起责任——网购前请睁大双眼!

◎井陘人 “蓝月亮”洗衣液在消费者发现后,表示支持试用、不满意可以退货的态度不错,并且自信自身产品质量不错。既然那么有底气,为何不创自己的品牌,而要傍名牌呢?傍名牌固然能蹭一时热度,但创自己的品牌才是长久之计,也是发展壮大之计。

本期话题下期继续

最是书香沁人心

□徐剑锋

“《红岩》这本书讴歌了先烈们宁死不屈、英勇战斗的革命精神,今天我来和大家分享一下。”“《青春之歌》给了我很大的触动,作为新时代的年轻一辈,我们要勇挑重担、不负韶华。”14日,幸福街道施店社区“喜迎二十大,全民来阅读”主题活动正在如火如荼进行。

(10月17日本报12版)

观察一个城市的文明程度,“书香浓度”是重要指标之一。这几年,我市在“书香南通”建设上下功夫、见实效,城市综合阅读率持续提升,打开了文化软实力的新空间。

当前,“纸质+电子”荡起全民阅读的“双桨”,随着阅读理念渐入人心,书香氛围日益浓厚。笔者以为,要乘着这股好势头,健全全民阅读体制机制,策应不同年龄、不同阶层的需求偏好,

让每一个南通人真正把读书作为一种追求、一种爱好、一种健康的生活方式,争做新时代“读书达人”。

掀起全民阅读的“南通潮”,前提在于城市要有更多的“悦读”之所。一方面要用好存量。对公共图书馆及分馆、24小时自助图书馆、流动图书车等,要更多地挖掘存量资源,形成便利可及的公共阅读服务圈,并释放出最大功效。另一方面要提升增量。无论是利用城市“边角料”改造,还是借助“咖啡+书”等拓展空间,要进一步整合资源,通过多点“跨界”、阵地拼接,让城乡阅读设施和阅读空间越来越多。在这中间,既要政府主导,也要市场主力;既要新基建支撑,也要软服务发力,再掀一股“家门口”的阅读热潮。

阅读的美好离不开丰富多彩的活动支撑。南通

在打造阅读盛宴上,“云悦读”办得有声有色,故事大赛、阅读分享会等活动亮点纷呈,许多好做法值得复制推广。在此基础上,要线上线下联动、动态常态融合,让更多的专业机构、阅读组织参与其中,办好阅读课程,打造阅读品牌,提供24小时“不打烊”的菜单式、互动式服务,推动全民阅读走进商圈、进社区、进楼宇、进单位。活动多起来,人气旺起来,人人感受到书香之浓、阅读之美,这才是落脚点。

最是书香沁人心。坚持惠民、便民、悦民,加快打造“时时能阅读、处处可阅读、人人享阅读”的书香之城,才能让文化自信更加坚定,使城市精神光芒四射。



合力托举困境儿童美好明天

□新平

“我一直梦想着有一个自己的小房间。里面有干净的书桌,可以让我坐在书桌前看喜欢的书、画最爱的画,这一天终于来了……”16日,7岁的甜甜在周末日记里写下这段话。随着9月1日如皋45间“梦想小屋”正式交付使用,甜甜也搬进了崭新的房间,每天都在欢喜中度过。

(10月18日本报6版)

困境儿童不是一个抽象的群体,而是由一个个鲜活

的个体组成,是与我们“同呼吸、共命运”的社会一员,他们最需要“梦想改造+”计划这样实打实的关爱。

每一个困境儿童的背后,都有一个困难家庭。这些年来,无论是政府的帮扶政策,还是社会的公益行动,关爱困境儿童越来越精准化、精细化。在关爱困境儿童的制度安排上,需要政府继续加强困境儿童关爱服务工作,不断提高完善困境儿童关爱服务机制;在关爱困境儿童的体系创新上,

社会公益力量可以做很多事情,要引导更多的社会力量关爱困境儿童。只有政府、社会等各方强化困境儿童关爱工作合力,打通关爱困境儿童服务“最后一公里”,才能更好地托举起困境儿童的未来。

总之,关爱困境儿童需要政府尽责,也需要全社会的力量合力而为,形成政府主导、部门协同、社会参与的长效工作机制,进而把关爱困境儿童安全防护网和福利保障网越织越牢。

柳州螺蛳粉出圈传奇能否复制?

□戴先任

螺蛳粉在速食消费市场的出圈,让全国各地代表性的粉丝和面都“羡慕”了一把。作为南京本地的招牌美食鸭血粉丝汤,如何走上类似于柳州螺蛳粉的商业化模式道路?日前,南京市市场监管局召开食品生产企业座谈会寻求对策。

(10月17日澎湃新闻)

螺蛳粉的成功,让人们看到了希望,能否复制螺蛳粉这一成功范本,让更多传统小吃、地方特产成功“出圈”,从而“走出去”?这成了不少地方在考虑及应该考虑的事情。

笔者以为,螺蛳粉的成功,既有天时、地利的因素,

是螺蛳粉特有的风味征服了消费者,同时也离不开“人和”,如企业“守正创新”、因地制宜地迎合海内外消费者的不同口味,没有“躺着赚钱”。而地方相关部门也是大力支持螺蛳粉发展,创造条件让生产企业“轻装上阵”,为螺蛳粉产业的发展创造各种便利条件。正是如此,才有了螺蛳粉的今天,螺蛳粉才能够持续“红”到现在。

传统小吃、地方特产及其他“中华老字号”等要走出发展困境,要能“走出去”,要能进行标准化、产业化,要改变鱼龙混杂的市场混乱局面,地方政府也要大力扶持。另外,传统小吃、

地方特产既要有“坚守”,也不能故步自封,不能裹足不前,要能适应时代大潮,要顺势而为。

值得警惕的是,申请集体商标,进行标准化、产业化,也要防范衍生其他乱象。比如,不能把集体商标当成敛财工具,变成变相收取集体商标“加盟费”,成了一种商业垄断行为。

总之,只有多措并举,下大力气,下一番苦功夫,才能出现更多的“网红螺蛳粉”,用实力征服市场,螺蛳粉的成功才不会成为孤例,而能逐渐成为一种普遍现象。这对地方经济发展,对拉动内需促进消费,对广大消费者来说,都是好事。



“山寨证书”

近日,记者从人社部获悉,根据网络巡查和群众举报情况,人社部联合有关部门查实并关停了14个仿冒网站,其网站名称、网址及页面内容与人社部技能类“职业资格证书”“职业技能等级证书”查询官方网站高度相似,容易误导社会公众。目前,14个网站均已被关停。

(10月17日《工人日报》)

要规避“色盲监管”

□张西流

笔者以为,“山寨证书”现象泛滥,缘于有关职能部门在监管上严重缺位,使其基本上处于放任自流的无序状态。

换言之,整治“山寨证书”,关键是规避“色盲监管”。治理乱象,不但要从打击制假源头做起,还要在防范体制漏洞上发力。一方面,应建立和完善注册登记制度,在办理初始注册时,应严把准入关,将人事档案存档证明,并作为必要条件,堵住使用“山寨证书”的漏洞。另一方面,通过执业信息网建立执业师信用档案及不良行为记录,加大对执业师监管力度。此外,认真执行现有的法律法规,抓紧制定配套措施,建立严格的准入制度、执业监管制度及市场清除制度、公平交易保障制度、惩戒制度等,完善执法监督体系,使依法管理具有可操作性,确保执业管理有序运行。

需要打出“组合拳”

□叶金福

笔者以为,打击整治“山寨证书”不能止于关停几家仿冒网站,还需多打“组合拳”。

首先,主管部门要“出拳”。国家应建立健全入门标准,并通过宣传、普及,让更多的人知晓哪些证书是“国家认证”的、哪些证书是“山寨证书”,从而避免考证者盲目考证,既费了时,又花了钱。

其次,执法部门要“出拳”。相关执法部门应对“山寨证书”乱象应采取“零容忍”的态度,发现一起查处一起。

其三,用人单位要“出拳”。用人单位要充分发挥市场淘汰机制的作用,规范人才评价秩序,不妨通过建立一些社会标准,让市场去淘汰那些“山寨证书”,从而让“山寨证书”自然而然地失去生存土壤,失去立足之地。

最后,考证者也要“出拳”。考证者要学会擦亮眼睛,一旦遭遇“山寨证书”欺骗,就应积极大胆地向有关部门投诉举报。