



董宇辉“小作文”事件,说明了直播带货这种网络生态对于社会具有深刻的影响。它在改变人们购物方式的同时,也改变着人们获得情感或知识“价值”的方式。有影响力的主播很多时候会成为公司的关键竞争力,这也在改变着公司的结构和运作、管理方式。同时,它也说明了网络中的某种“共情”或“共识”能够对社会产生相当大的影响力,这种影响力甚至会超过一个公司能够左右或把握的范围。

——环球时报:《董宇辉为何引发如此强烈的共情》

回归本质,咖啡产业的创新应该始终聚焦于咖啡本身。创新应该是在考虑基本的大众接受度和产品竞争力后推出的特色产品,而不是抱着“流量为王”的心态,简单粗暴地在咖啡里堆砌猎奇食材。怎么让一杯咖啡通过结合其他元素,既保留其本身的风味,又再增添一种独特的口感,使产品能够作为具有竞争力的特色招牌,才是商家维系运营,创新发展的长久之计。

——红网:《又一“奇葩”咖啡走红,创新不应只是“流量为王”》



【本期话题】

## 破解“儿科医生荒”

近期,流感、肺炎支原体等多种呼吸系统疾病持续高发,多地儿科就诊量激增,让儿科诊疗资源匮乏,尤其是医生紧缺等问题再次被社会关注,并引发热议。你怎么看?

【议论纷纷】

◎琼琤 破解“儿科医生荒”,应提高儿科医生的待遇,完善激励机制,增加职业吸引力。

◎钟笛 政府和社会应加大对儿科医疗资源的投入,包括硬件设施和人才培养。

◎张忠德 通过医联体、儿科联盟等形式,加强各级医疗机构之间的协作,实现儿科医疗资源的共享,提高医疗服务质量。利用互联网医疗、远程医疗等技术手段,拓宽儿科医疗服务渠道,提高医疗服务效率,缓解儿科医生紧缺问题。

本期话题下期继续

# 以最暖举措应对寒潮

□徐剑锋

近日,气温骤降至冰点,崇川区各街道、社区迅速行动,进行全面巡访,因地制宜做好辖区低保对象、特困人员、低保边缘家庭等特殊困难群体的冬季取暖、用电用水安全等工作。

(12月18日本报2版)

寒潮面前,如何确保城市有序高效运转、群众衣食住行无忧,每一个环节都不可马虎,每一细节都不能懈怠,这是对政府职能部门社会治理能力的一场大考。

应对寒潮,要严防“针尖大的窟窿漏过斗大的风”。大风大雨、气温骤降等恶劣天气会产生一系列连锁反应,给城市运转带来诸多新的考验。广告牌的抗风能力如何?道路封冻

如何防范跌倒?水管如何防止冻裂?……对此,要在各环节、各方面保持“底线的清醒”,对可能出现的最坏情形有充分的预见和准备,盯牢最薄弱的地方打好“补丁”、做好细节文章,这才是真正对群众、对社会负责。

再者,极寒天气下,出行畅不畅、菜价高不高、屋里暖不暖、群众的烦心事、操心事、揪心事,就是政府要竭力办好的民生大事。围绕水电气安全供应、“菜篮子”稳价保供,要多思民生之艰、多解民生之难,下好先手棋,出好连环招,全力以赴答好应对寒潮这张“考卷”,把由此带来的影响降到最低,进而达到真正的社会善治。

寒风凛冽、寒气逼人,需要暖心呵护、暖流涌动。对困难户、孤寡老人、留守儿童、流浪者送上御寒保暖的衣物,为外卖骑手、快递小哥为代表的户外工作者提供“暖心包”,向寒风中指挥交通的交警、清扫保洁的环卫工人递上一杯热茶……“有了爱就有了一切”,多一点古道热肠,多一些爱的奉献,用我们每一个人的“光和热”集聚暖意、释放善意,就能抵御寒潮、融化坚冰。



## 用硬核整治保消防通道畅通

□鹰远

热心市民曹先生前不久向12345政府热线与本报新闻热线85110110反映,崇川区紫郡菜市场南侧消防楼梯间大门被锁,存在安全隐患。12月15日,记者实地走访了解到,涉事消防楼梯间大门已经解锁。

(12月18日本报5版)

消防通道的宽度就是生命的宽度,它不能被随便被占用,必须时刻保持畅通。因此,我国消防法明确规定,任何单位、个人不得占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口、消防车通道。

血的教训也证明,消防通道被占,一旦发生火灾,外面救援力量进不来,里面疏散人群出不去。而每耽搁一分钟甚至一秒钟,就会有生命受到严重威胁。

笔者以为,要全力保障消防通道畅通,必须多管齐下,集全社会力量共同发力。一方面,消防、城建、社区、物业等部门单位要加强对小区消防通道的规范设计、建设和验收,并抓好常态监管工作,及时督促物业公司对占用、堵塞消防通道等违法行为进行整改。对于占用消防通道的违建,要坚决依法拆除;另一方面,通过形式多

样的宣传教育活动,切实提高人民群众的消防安全意识,引导人民群众主动遵守停车秩序,不乱搭乱建,不违规充电,维护和畅通消防通道。

更重要的是,各地要依法对消防通道被堵问题开展硬核整治,持续推进畅通消防“生命通道”集中清查行动,开展不定期“回头看”,保障常态化治理。只有防患于未然,确保万无一失,才能避免“一失万无”。总之,保证消防通道的畅通,就是保证生命通道的畅通,这是全体公民、相关部门的共同责任,需要多管齐下,共同发力。

## 元旦旅游热潮背后的冷思考

□孙维国

距离元旦假期不足半个月,昨天,记者从南通旅游市场获悉,元旦假期,国内旅游订单同比去年增势明显,酒店和机票的订单也大幅增加。虽然仅有3天假期,但年轻人的出行热情却格外高涨。

(12月16日本报3版)

当下,传统的元旦庆祝方式逐渐被年轻人所摒弃,取而代之的是更具仪式感的旅游体验。在这个过程中,烟花、灯光、登高元素成为热门搜索关键词,显示出年轻人对于用不同寻常的方式迎接新年

的渴望。旅游不再仅仅是一种休闲方式,更成了一种寻找仪式感和独特记忆的手段。

元旦旅游热潮背后也需要冷思考。旅游市场的热度在短时间内急剧上升,一些热门景区可能面临过度拥挤和资源过度消耗的问题。管理者需要思考如何在保障游客体验的同时,合理规划和分流游客流量,避免负面影响。此外,一些商家可能因为追逐“跨年游”的热度而提高价格,消费者需要保持理性消费观念,不被过高的价格所诱导。

旅游不再是简单的观

光活动,更是一场全方位的体验。年轻人对于旅游的需求逐渐从单一的景点游转变为更注重活动、演出、主题体验的“跨年游”模式。元旦“跨年游”热潮反映了旅游市场的新趋势,年轻人对于旅游体验的独特追求为旅游行业带来了新的商机,将推动旅游业的不断创新和升级。在这个过程中,需要从业者更具创新意识地满足不同群体的需求,管理者需要更加灵活地调整经营策略,为游客提供更丰富、更有趣的旅游选择,从而促进整个旅游产业的可持续发展。



## 应对强制扫码

本该为生活带来便利的“扫一扫”,却在一些场景下,因为强制扫码而成为一种负担,甚至有可能威胁到个人信息和财产安全。有时扫码后跳转多个界面,操作繁琐反而降低了效率;有时要自动授权,获取身份信息,带来安全隐患;有时跳转至广告页面,让人不胜其扰。

(12月18日本报3版)

## 莫让扫码变“扫兴”

□梁诗韵

对于消费者来说,如果智能用餐、缴费的流程比人工缴费更繁琐,还有可能泄露个人信息,智能则成了“烫手”的交易,扫码变成了扫兴的事儿。

科技的发展是为了给人们带来便捷,科技的发展首先是“以人为本”。作为服务业,“以人为本”更应该是立业精神。只有把扫码点餐、缴费与人工服务深度融合,按照消费者各个年龄段的需求,多渠道优化服务、全方位贴近消费者,才能用更加便捷、更加安全、更加温馨的服务赢得消费者。从监管的角度来讲,职能部门应主动干预与排查,畅通消费者反映问题、维护合法权益的渠道,才能有效遏制部分商家的行为,还原线上支付该有的快速与便捷。如果所谓的“智能”过于复杂,或是不足以处理好群众需求,则需要对智能系统进行及时的升级与修复,确保群众安全便捷地使用。

## 多方发力防止变味

□井夫

扫码服务本是一种双赢模式,但问题是,扫码服务如果存个人信息被泄露、强制消费者关注公众号或使用手机App等现象,说明扫码服务已经变了味。

笔者以为,要防范扫码服务变味,还需多方发力。首先,监管部门要发力。市场监管、消协等监管部门要对商家提供扫码服务行为进行必要的规范,既要允许扫码消费,又要规避强制扫码。一旦发现商家有强制扫码行为,监管部门就应采取零容忍的态度。其次,消费者要发力。消费者在消费过程中,一旦遭遇强制扫码等行为,既要坚决说“不”,又要积极大胆地向监管部门投诉举报。最后,商家也要发力。商家在提供扫码消费服务时,要切实尊重消费者的选择权,不得强制扫码。尤其是面对老年消费者,要允许现金消费。