

一周新闻点评

让安全领域的“吹哨人”来得更多些

新闻摘要：记者从市应急管理局获悉，目前全市已有5887家企业制定了隐患排查内部报告奖励机制，累计发放奖励约3000万元。今年9月底，市安委会发文明确提出：2025年底前将推动所有行业领域生产经营单位建立实施事故隐患内部报告奖励机制。（12月11日《南通日报》）

点评：安全工作最忌讳的就是“遮丑”和“报喜不报忧”，而“吹哨人”的职能正是“报忧不报喜”。我市企业制定的“吹哨人”机制，既有上报平台、奖励举措，还有相应的整改机制，是个好做法，值得向其他安全领域延伸，因地制宜，制定相应的机制，培养吹哨人查找和发现问题的本领，激发积极性，以形成良性循环，抓紧安全工作的“篱笆桩”。

没有“剧本”的应急演练，含金量更高

新闻摘要：11日，2024年南通市食品安全事故暨舆情处置应急演练拉开序幕。全市食品安全工作人员分组展开实战实训。不同以往，此次实训演练无方案、无脚本，不固定演练情节、不预设标准答案，参演人员分别扮演事件发生方、应急指挥部、新闻发布会发言人、新闻媒体等多个角色，站在不同立场进行沉浸式实战实训。（12月13日《南通日报》）

点评：食品安全大于天，相关应急演练的重要性不言而喻。过去，各环节人员按照“剧本”，顺势“表演”即可。而没有“剧本”“表演”难度就加大了。现实中各种事故的发生，往往具有极强的突发性和紧急性，所以，没有“剧本”的演练，也许不完美不好看，但却能更接近现实，更能考验应急人员在紧急复杂情况下的专业素养，以及快速分析、准确判断、规范处置的能力，含金量也就更高。

反家暴，证据意识很重要

新闻摘要：近日，公安部等九部门联合印发《关于加强家庭暴力告诫制度贯彻实施的意见》（以下简称《意见》），共24条，采取条款式结构，对告诫制度的实体和程序规范、告诫制度与相关制度的衔接、告诫制度的具体实施等分别作出了明确规定。《意见》明确，记录家庭暴力发生过程的视听资料等8类证据，可适用于公安机关认定家庭暴力事实的辅证。（12月10日《江海晚报》）

点评：家暴不是家务事，而是真真切切的违法行为。按照“谁主张，谁举证”的民事诉讼法一般原则，如果受害人缺乏证据意识，就会对认定家暴事实造成困难。此次《意见》明确了家暴证据标准等问题，为受害者收集证据指明了方向。当发现小区里可能存在家暴行为时，邻居也要及时采取见证手段。因为每个人的命运相连，反家暴，没有“局外人”！

别让减重“神药”减掉了健康

新闻摘要：“降糖版”司美格鲁肽（诺和泰）被称为减重“神药”。自11月17日，“减重版”司美格鲁肽注射液（诺和盈）在我国上市一个多月以来，受到国内减重人群的欢迎。近日，我市各医院内分泌科迎来了“减重版”司美格鲁肽的咨询热，部分医院已经开出首批处方。（12月13日《江海晚报》）

点评：大家都知道减重的科学方法是“管住腿、迈开腿”，可是需要付出巨大的意志力和耐力，不容易办到，所以各种“神药”应运而生。司美格鲁肽作为处方药，虽然正规，却有许多使用的限制条件。对于减重有“执念”的人来说，不能光迷信药物的“神力”而忽视医嘱、忽视科学规律。否则在减掉体重的同时，把健康也一并减掉了，到时候追悔莫及。

（点评人：邓渠）

江海锐评

近日，我市举行“暖冬盛惠”冬季购物季暨第四届“双12”南通购物节。购物季以市区核心商圈与热门景点为主体，采用“1+4+9+N”模式，即一场发布仪式、四大市级主题活动、九大板块特色活动及众多市场主体促销活动，覆盖市民多元消费需求。

消费连着千家万户，是支撑经济运行的“稳定器”和“压舱石”。2023年我国最终消费支出对经济增长的贡献率达82.5%。习近平总书记强调，要增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，使消费潜力充分释放出来。今年以来，我市持续将恢复和扩大消费作为首要任务，致力于打造更具

活力的区域消费中心城市。通过举办南通马拉松、啤酒嘉年华、中国南通江海国际文化旅游节、紫琅音乐节、消费品以旧换新等活动，有力推动了服务消费的扩容升级，激发了市场活力。

节庆热起来，消费火起来，办好节庆活动，是促进消费的重要抓手。我市举办的本次购物季紧密衔接“双12”、元旦、春节、元宵等节日节点。要以节聚势，通过“南通好玩”“南通好看”“南通好吃”“南通好购”四大主题活动、九大板块特色活动，以更加优惠的福利、更加周到的服务、更加舒心的体验，全面提升消费环境，挖掘消费潜力，激发消费活力。相关单位要精心组织策划，全面搭建消费平台，持续擦亮“江海有情，南通有请”消费名片，力促我市文旅消费“多点开花”、消费市场“热辣滚烫”，服务消

费潜力持续释放。

消费新场景、新业态、新模式，是创新消费供给、激发消费潜力的有力抓手。互联网技术普及和平台经济的兴起，推动消费场景从线下拓展到线上、消费对象从实物拓展到服务，服务消费内容和形式不断创新。广大消费者的需求从追求产品质量向追求服务品质跃升，“好不好”成为消费的关键考量因素。在数字消费、绿色消费、健康消费等新业态快速发展的背景下，促进高质量的供需对接，提升消费品质，在很大程度上有助于激发消费活力。当前，我国居民消费理念已向品质消费、体验消费转变，消费更趋向个性化、品质化。消费理念的转变，推动消费行为的变化，进而激发新的消费潜能。因此，需要以购物季为契机，不断营造消费新场景、新模式、新产品、新

品牌、新体验，进一步内部挖潜，促进消费提质增效。

激发消费活力，当然离不开一个让消费者放心、省心、暖心的消费环境。在引导和督促企业诚信生产、商家诚信经营，提高产品质量和服务的同时，还要通过创新维权思路、畅通维权渠道、完善维权机制等多种途径，切实保护消费者权益，更好满足人民群众对美好生活的需求，以新供给带动新需求，让消费活力不断涌现。帮助消费者解决后顾之忧，才能让消费者敢消费。面对不断出现的消费新场景、新业态，必须重点聚焦解决花样翻新的侵权手段，发挥各部门、各主体的力量，帮助消费者提升维权效能。只有切实消除消费中的痛点堵点难点问题，让不法经营行为的空间越来越小，消费者购买信心才能越来越足，消费活力才能越来越强。

观点声音

在浙江乌镇采访，各种人工智能科技，令人大开眼界。裸眼3D视频通话体验舱内，通话双方的影像立体呈现在屏幕上，相隔万里也仿佛触手可及；站在一块绿幕前几秒钟，就能获取一段由自己担任主角的智能影片；机器人拾起两棵种苗，一只“手”去头、另一只“手”去根，再放到中间自动嫁接，速度可达每小时700株……在2024年世界互联网大会乌镇峰会上，人工智能领域的新产品、新应用亮点纷呈，引人关注。如果说互联网的主要价值是以平台连接人、商品、信息和服务，那么人工智能的作用则是“赋能”，为更好地满足生活、工作需求提供强大工具。比如，利用药物分子大模型，一家医药企业在一天内完成百万级别的药物虚拟筛选。又如，某高校科研团队运用算法实现电解液分子性质快速预测与精准定向设计。一名企业家在乌镇峰会上感慨，“我们已经身处有史以来最伟大的技术变革时刻”。展望未来，智能医疗能帮助医生精准诊断，智能教育可为每个学生配备数字教师，智能机器人能照顾老年人的起居生活……提供生活便利、助力精准生产，人工智能技术大有用武之地。从较长的历史周期看，技术的跨越式发展、工具的颠覆式创新，往往能增进人类福祉，同时也将带来风险和挑战。人工智能也不例外。一些极端案例提醒我们，在推动技术发展的过程中，要审慎评估其社会影响，确保技术向善。现实中，人工智能代写毕业论文、年终总结的案例已经出现。人们不禁担忧，高歌猛进的人工智能，有没有可能化身侵犯个人隐私的帮凶，或是成为实施诈骗犯罪的廉价工具？这呼唤我们从法律、道德和社会治理的角度未雨绸缪、采取行动。无论人工智能发展到何种程度，它都源自人类的设计，都是人类智慧的延伸。人工智能代劳得越来越多、变得越来越智慧，我们必须做好防范，确保它始终是“朋友”。

——人民日报《确保人工智能始终是“朋友”》

在被称为“游戏界奥斯卡”的全球年度游戏大奖The Game Awards (TGA)中，《黑神话：悟空》实现了中国游戏史上多个“零的突破”——获得年度“最佳动作游戏”“最佳艺术指导”“最佳游戏指导”“年度游戏”提名，并最终获得“最佳动作游戏”和“玩家之声”两个奖项。这是中国3A游戏第一次名副其实地登上世界舞台，并且站在了舞台的中央，与来自全世界的其他优秀作品一较高下。《黑神话：悟空》在多个方向都赢得了全球游戏玩家的尊重和认可，为国产游戏出海的空白区域补上了重要拼图。事实上，更为关键的不在于我们一下跨出多大步子，或者在竞技场上打败了多么强悍的对手，而是我们坚持不懈地一直在努力去追求、去超越。这个过程中有荣誉和肯定，也有挫折和怀疑，但只要沿着正确的方向往前走，再小的进步最终都会闪光。中国多方位出现“零的突破”“创造历史”不是偶然的。日前塔克拉玛干沙漠“锁边”工程成功合龙，“死亡之海”系上了“绿围脖”，中国创造了新时代中国防沙治沙新奇迹，正是得益于40年如一日的不懈努力。中国打赢脱贫攻坚战，同样证明了中国人做事的决心与恒心。越来越多的中国故事被世界看到，从而被赋予了更多的世界意义。我们相信，打开新局面的并不只有中国游戏产业，新时代的中国发展向着星辰大海永不停歇。

——环球时报《我们应当从〈黑神话：悟空〉获奖中看到什么》

“白天上班、晚上学艺”，这两年，“上夜校”成了很多年轻人的“夜生活”选择，有不少人认为这是一种“性价比很高”的获取新知识、新技能的方式，多地政府也对夜校提供补贴，希望推动全社会形成持续学习的氛围。然而，在夜校受到热捧的同时，近期有不少人反映，一些夜校用低价引流之后，实际上课程质量堪忧；甚至还有机构只是招生中介，根本不做培训，学员报课后发现问题，却又维权困难。满足年轻人的夜校需求，一方面要增加公益性夜校的供给，以公益性质的夜校来满足年轻人上夜校的基本需求。当前，公益性夜校还偏少，有的公益性夜校的课一上线，就被秒光。另一方面，也要鼓励社会机构举办营利性的夜校，以满足不同年轻人的终身学习、技能培训需求。而对于营利性夜校，必须规范其经营，保障消费者的合法权益。年轻人选择夜校时，也要去了解夜校的性质，要根据不同性质进行理性的选择。由于公益性夜校不够，有的营利性夜校也就应运而生。本来，这些机构依法合规经营，可以满足年轻人上夜校的需求，也是应该鼓励的，但有的营利性夜校却打擦边球，包装为公益性质的夜校来进行营销，存在虚假宣传、教育质量得不到保障等问题。年轻人在选择夜校时，必须了解清楚夜校的具体性质，进行理性的选择，要区分夜校是公益性的还是营利性的。不要以为低价销售课程的就是公益性夜校，被低价所迷惑。说到底，营利性夜校就是社会力量举办的成人培训机构，成人培训机构存在的问题，营利性夜校都会存在。而针对成人培训机构，我国已有明确的监管规定，因此，对于社会机构举办的营利性夜校，监管部门要加强监管，要求所有夜校经营者都必须有合法的资质，有相应的师资保障，并按规定进行广告管理、收费管理。

——羊城晚报《对夜校乱象，须“分”而治之》

践行初心，应坚守的“变”与“不变”

□朱志成

躺卧，以方便更多群众；但实际上，它所投射的，更是当前一些政府部门的管理职能和目标，未能从“管制”向“为民”转变。这也是群众为何将座椅之“变”，引申到初心之“变”的根本原因。

民生无小事，件件映初心。形势在变、任务在变、工作要求也在变，做到不忘初心、牢记使命，并不是一件容易的事情。党员干部必须清醒认识到，自己手中的权力、所处的岗位，是党和人民赋予的，要树立正确的权力观、政绩观、事业观，切实做到为官一任、造福一方。

转“变”身份，“不变”宗旨。“共和国

是红色的，不能淡化这个颜色”，党员干部在任何时候都要以“人民”为中心，心中装着人民。在基层民主协商中、在“我为群众办实事”中，要主动换位思考，用“百姓话”说“百家事”，与群众“坐一条板凳”，真心实意、将心比心倾听群众呼声，关心群众疾苦，在“换位”中多行民本之道、多谋民生之利、多解民众之忧。

转“变”理念，“不变”原则。“发展是一个不断变化的进程，发展环境不会一成不变，发展条件不会一成不变，发展理念自然也不会一成不变”，党员干部要坚持以一切从党的事业出发、从人民的利益出发为原则，多从群众切身需要来考量，做到凡有利于人民的事就积极去做，凡不利于人民的事就坚决不做，杜绝瞎折腾、装样子、搞花架子。

转“变”岗位，“不变”担当。“为人民服务，担当起该担当的责任”，职位角色变了，工作环境变了，但敢担当、善作为的立身之本不能变。党员干部无论在哪个岗位，都应保持按当精神不变，决不能为了不出事而宁愿不干事，碰到矛盾和难题就绕道走，只有豁得出去、敢闯敢干，才能打开工作局面，练就抓落实的过硬本领。

热点快评

少儿节目呼唤好内容精制作

□张君怡

2000名嘉宾参演，一串串数字道出启东少儿春晚数年来的精彩纷呈；“童声里的中国”，是我市2006年就开展的一项新童谣创作推广活动，历经18载，“童声里的中国”少儿艺术文化品牌形成了少儿歌谣作品征集、创作、评选、研讨、分享展示、传播传唱健全链条模式……南通少儿节目创作欣欣向荣，传递出关注少儿节目、立德树人、新颖独特的信号。

当然，从社会层面整体来看，儿童节目市场存在节目水平良莠不齐、鱼龙混杂的情况。比如，一些演出机构急于抢占市场，制作的作品质量堪忧，低估孩子的智商和感知力。现在的孩子眼界开阔，信息获取来源广泛，在这样的前提下，如何创作出拿得出手、足以令人回味的精品少儿节目，是社会思考的问题。

少儿节目要防止成人化倾向，必须以少儿视角讲好少儿故事。符合少儿的年龄和心理特征，说来容易，但由于少儿节目创作者大多是成年人，内容创作容

易偏向成年人思维，要么情节设置过于复杂，难保少儿能够理解和接受；要么凭主观理解导致内容低幼、娱乐性过强、扁平化。因此，创作者应该多接地气采风，用蹲下来的姿态与少儿交谈，从他们的角度看问题，力求节目内容符合当代少儿的审美和兴趣，能让他们产生情感上的共鸣，启发其心智。比如中国教育电视台播出的《风华少年》，注重优秀传统文化的传承与创新，展现少儿艺术素养和个性自信的特点，审美高极又具看点。

高质量的制作能为少儿提供最佳观赏体验，少儿节目在形式上要勇于突破，包括题材、表现手法的创新等。不妨推出“儿童实验剧”，大胆交给孩子们创作表演，再由成年人精心调整，最终演出给大人孩子一起看。每个孩子都有其独特性，应该鼓励他们有勇气表达自己，这样有利于让孩子看到更多可能性，让孩子更喜欢舞台及儿童节。还有一种少儿节目注重沉浸式和互动性，令人耳目一新，值得借鉴。如央视近期开播的《宝藏科学课》，带领少儿走进科学大咖的实验室，在沉浸式体验中寻找答案。采用纪录片拍摄方式，使用AI技术手段，对相关科学知识进行解释、延伸、归纳、总结，让科学知识易学易懂。少儿节目“活”起来，才足以吸引少儿的注意力，激发其想象力。

少儿节目还应在娱乐的同时，向孩子们传递精神气。就拿上述“童声里的中国”来说，每次根据时代主题拟定专题，如“放飞中国梦”“核心价值观沐浴我成长”“童心向党”等，孩子们从南通唱响神州大地，创作的童谣见证时代变迁、贴近孩子生活、走进少儿心灵，这样的节目引导少儿形成正确的世界观、人生观和价值观，获得精神启迪。

曾有人以“守护心灯”表达少儿题材作品对孩子成长的重要作用。我们应用平视的角度和代入的心态与儿童对话，温暖地看待他们，在少儿节目中注入深度思考和高度审美。呼唤更多高质量的少儿节目，守护孩童好奇天真美好的心灵。

近日，短视频平台频出“限高令新政”的相关视频，称“有内部途径，被限制高消费人员不用还款也能正常买机票、高铁票”。视频发布者中，不乏被认证为律所及法律咨询公司的账号。经调查发现，这些所谓的“工作人员”普遍套用了两三层不同身份，打着普法视频的幌子，向被限高的被执行人宣传自家的买票服务。尽管每条视频发布几个小时后便会删除，但下方评论仍有近百人留言咨询。尽管最高法执行局相关负责人对所谓的“限高令新政”以及与之有关的视频信息均进行了辟谣，但相关内容依然在短视频平台招摇过市，依然保有相当高的热度，依然“赢”得了不小的市场，获得了不少人的关注。这些信息及其背后可能存在的乱象值得高度警惕，也应被纳入治理范围。“限高令”是人民法院对被执行人采取的一种间接执行措施，其适用情形是当被执行人未按执行通知书指定的期间履行生效法律文书确定的给付义务，或者被列入失信被执行人名单时。“限高令”的具体措施包括限制被执行人在高档酒店、娱乐场所等高消费场所的消费，以及乘坐飞机、列车软卧等行为，主要功能是防止受害人的财产减损，切实保护债权人的合法权益，并向被执行人施加必要的制约性压力，让被执行人感受到不便，感受到压力，倒逼被执行人履行给付义务。如果“限高令”被一些“中介”机构或人员通过各种不合法手段解禁，其功能就会大打折扣，权威性、震慑力和公信力也会受损。决不能让“限高令”解禁成为一门生意，也决不能让老赖在“中介”的帮助下摆脱“限高令”的束缚。法院、公安、民航、铁路等部门应强化信息共享，健全联控机制的篱笆，堵住漏洞，不给老赖以及相关中介机构、人员留出逃脱“限高令”管辖的空间和机会。

——北京青年报《坚决不让“限高令”解禁成为一门生意》