

赔偿先签保密协议? “捂盖子”终将“捅娄子”!

□苑广阔

近日,黑龙江哈尔滨女大学生赵某乘坐网约车出行时遭到司机猥亵,随后报警,司机被警方依法处以行政拘留5日的处罚。网约车平台提出赔偿赵女士3000元费用被其拒绝,6月18日,平台官方告诉记者,涉事司机的账号已被平台封禁,乘客号码为虚拟信息,不会被司机打扰。(6月18日极目新闻)

女大学生乘坐网约车遭司机猥亵事件,暴露出平台管理的重大漏洞,而更令人愤慨的是平台事后试图用3000元封口费掩盖问题的处理方式。这种“赔偿先签保密协议”的潜规则,不仅是对受害者的二次伤害,更是对社会公共安全的漠视。当平台将“捂盖子”置于用户权益和社会责任之上时,所谓的“补偿”便成了逃避监管的遮羞布,最终可能捅出更大的“娄子”。

赔偿先签保密协议本质上是一种“霸王条款”,从法律角度看,《消费者权益保护法》明确规定消费者享有监督批评权,平台以经济补偿为条件限制受害者维权,已涉嫌违法。从道德层面看,赵某因事件导致重度抑郁,平台却试图用金钱交易消解其痛苦,这种将人身伤害商品化的逻辑,暴露了企业价值观的扭曲。

网约车行业近年频发的性骚扰事件表明,唯有公开透明才能倒逼行业整改。2018年滴滴顺风车恶性案件后,交通运输部等十部门联合要求网约车平台公开安全整改情况,正是通过舆论监督推动了全程录音、一键报警等安全措施的落地。反观此次平台处理,封禁司机账号仅是基本操作,而对系统性风险的回避暴露出其整改诚意不足。平台执意掩盖个案,实则是纵容更多“狼司机”潜伏。

根治网约车安全问题,必须建立“曝光-追责-改进”的闭环机制。首先,监管部门应明令禁止平台以保密协议限制受害者维权,可将此类行为纳入平台信用评价体系。其次,政府层面应强制平台公开年度安全报告,包括性骚扰事件数量、处理结果及预防措施。更重要的是,要建立行业黑名单共享机制,防止被封禁司机转投其他平台。我们应该认识到,企业安全投入的真正检验标准,不是公关能力,而是看它能否将每起个案转化为制度优化的契机。

盘点近年来发生的类似事件,新闻中赵某的遭遇绝非孤例。当平台将“封口费”作为危机管理手段时,实则是将更多潜在受害者置于风险之中。安全不是买卖,责任不能保密。唯有让每起事件晒在阳光下,才能织就真正的防护网。这不仅是对一个女孩的交代,更是对数亿乘客的承诺。

800公里收费2.8万元 “救命车”岂是“生意车”?

□舒昊

近日,江西新余唐先生向媒体反映,4月他将患重症的孩子从江西省儿童医院转至上海治疗时,800公里的路程被“民营救护车”收取了2.8万元转运费,转运费是直接转到司机的个人账户,且无费用明细及发票,令人质疑其是否合理。(6月18日大象新闻)

该事件经报道后引发热议。转运费直接转入个人账户、无明细无发票的乱象,不仅刺痛了患者家属,更暴露出救护车市场化进程中公益属性与商业利益的尖锐矛盾——当“救命车”沦为“生意车”,民生权益何以在资本浪潮中守住底线?

唐先生的遭遇并非个案。近年来,“坐地起价”“黑救护车”频现,折射出市场化背景下救护车行业的监管真空。一方面,民营机构涌入填补服务缺口,却缺乏统一收费标准与资质审核,部分企业以“就近送医”为借口将患者送往合作医院获利;另一方面,收费机制混乱,个人账户收款、无发票无明细等行为涉嫌偷逃税款,更让患者权益无从保障。当市场化沦为“野蛮生长”,公益服务的温度在利益追逐中逐渐冷却。

救护车作为公共卫生服务体系的关键环节,本应以“生命至上”为准则。然而,部分民营机构将服务异化为纯粹的商品交易,将患者需求简化为利润指标。这种价值错位背后,是资本逻辑对公益属性的侵蚀;企业追求收益最大化,却忽视医疗资源公平分配;市场强调效率竞争,却放任弱势群体承受高昂代价。若任由商业利益主导,救护车将背离其守护生命安全的初心。

破解“天价转运费”困局,需以制度重构平衡公益性与市场化关系。一方面,政府须筑牢监管“防火墙”,制定跨省转运分级收费标准,明确里程费、设备费、医护费等细则,强化资质审核,将急救能力、从业人员资格纳入准入门槛,斩断“黑救护车”利益链条;建立第三方支付与票据系统,杜绝个人账户收款,从根源遏制偷税漏税。另一方面,探索公益与市场的融合路径,鼓励企业参与公共服务的同时,以税收优惠、政府补贴等政策确保其非营利属性;推广公立救护车与社会机构合作,形成“基础服务公益化、增值服务市场化”的双轨机制,既保障民生底线,又激发行业活力。

救护车不应是“金钱与生命的博弈场”。唯有以制度约束商业贪婪,以政策护航公益初心,才能让市场化成为提升服务质量的助力,而非吞噬民生权益的暗流。当每一辆救护车都闪耀着“生命优先”的人性光辉,我们方能真正构建起守护生命的坚实防线。

打造非遗文旅的“泉州路径”

□周培尧



暑期出游热潮将至,不少人将近期火爆的非遗项目提上打卡日程。抖音实时话题“各地非遗申请出战”,已登上热门第三,各地文旅借势“亮绝活”,花式展演独特非遗,带火非遗体验新玩法。近日,本报记者从泉州市文旅局获悉,《2025抖音非遗数据报告》已发布,泉州入选抖音网友最爱去的三个非遗小城之一,簪花成为最受欢迎的非遗体验项目。

“小城游”的火热流行、非遗品类的丰富多彩,加之网络社交媒体的传播效应,让泉州跻身抖音网友最爱去的非遗小城。从千年雅乐南音、“行走的花园”簪花围,到灵动的提线木偶、热情诙谐的拍胸舞,再到巧夺天工的德化瓷器、惠安石雕,非遗项目地域特色鲜明、种类繁多、体验感强,都为泉州打造非遗文旅新路径提供了优渥的先天条件。

非遗作为中华优秀传统文化的重要组成部分,是历代人民智慧结晶的集

中体现。当下,旅游不仅为非遗活态传承提供了新的应用场景,也为非遗助力城市经济发展提供了新赛道。非遗文旅这一融合传统文化基因与现代消费需求的新型业态,正突破传统旅游边界,成为继山水游、城市游、主题公园游之后,重构旅游经济版图的“第四极”。

相信很多人都会问,非遗文旅为什么这么火?来源于历史、根植于民间、融入生活,以及差异化的资源禀赋和区域特色,正是答案所在。尤其值得一提的是,近年来,年轻人正成为非遗文旅的主要消费群体。相关报告显示,过去一年,发布非遗视频的抖音用户中,“00后”数量增长明显,同比上升95%。正所谓“得年轻人者得天下”,让年轻游客从非遗“打卡游”到真正读懂非遗文化,进而去深入了解一座城市,正是发展非遗文旅必做的案头功课。

以泉州这个非遗大市为例,拥有7项世界级非遗、36项国家级非遗,128项省级非遗、333项市级非遗,是全国唯一拥有联合国教科文组织三大类非遗项目的城市。坐拥如此丰厚的家底,我们完全可以把知名度最高的簪花围当作切入点,从而以单点突破到全链构建,整体提升泉州非遗文旅的矩阵效应,打响非遗文旅的泉州品牌。

特别是如今部分游客对非遗旅游项目还停留在浅层次的观赏和体验层

面,缺乏对非遗内涵的深度挖掘时,更应以前瞻性的眼光把非遗文旅的工作做深做细。近年来,我市相关部门通过走访非遗传承人,听取意见建议,推动政府在全面保护、人才培养、资金保障等方面加大投入;开展提升烟火气、推动古城旅游高质量发展调研,推动非遗留在古城、融入当下;深入世遗点、文保机构、文化企业,引导各类文化空间与非遗项目深度融合。2024年,累计开展500多场非遗研学活动,暑假期间吸引国内外200多所高校5万多名学生来泉州研学实践、体验非物质文化遗产。相信,只要找准自身定位,持续打造内容产品,便能让非遗成为泉州文旅不折不扣的“软实力”。

央视著名主持人白岩松说:“泉州是一座生活在文化遗产里的城市,你只要热爱生活就一定会爱上泉州。”可见,非遗必须与人们的生活紧密结合,才能具有恒久的生命力。因此,守护好文化根脉,创新表达形式,做好从“文化保护”到“价值激活”的转换,让非遗文旅成为可参与、可创造、可传播的生活方式,泉州非遗文旅便能打造出自己的全新路径,为城市发展注入新动能。



记者17日从国家广播电视总局获悉,总局近日实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施。此次治理聚焦用户反映较为集中的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”“投诉渠道不畅”等痛点问题,通过规范服务规则,全面优化互联网电视消费体验,在巩固治理电视“套娃”收费工作的基础上,构建更加公平、透明、便捷的互联网电视服务生态。(新华社/文 视觉中国/图)

将流量冲动关进制度笼子

□吴志明



近日,“短剧1胎99子”话题引爆微博热搜,由于情节过于离谱,随着舆论发酵,该剧已被平台紧急下架。该事件折射出网络短剧行业为追逐流量不断突破底线的深层危机,也昭示了一个真理,观众不是韭菜,为博流量不择手段粗制滥造,终将被市场淘汰。

“1胎99子”剧情出自短剧《麒麟送子天降喜福》,女主意外怀上“龙种”,临盆时遇“天降祥瑞”,为皇上诞下99个儿子,剧中还出现把孩子摆起来、进宫面圣的猎奇画面。这些离谱的情节再次刷新了人们的认知,以至于网友觉得动不动3个亿零花钱的霸道总裁剧都被衬托得“稍显正常”。

这场闹剧恰似一面照妖镜,映照出当前网络短剧行业的创作乱象与监管短板。“1胎99子”的剧情设计,不仅是颠覆了生物学常识,也突破了一般意义上的合理想象。而主演在直播时坦言“没看剧本就接戏”,更揭示出行业对内容质量的系统性漠视。这种明显违背常理的作品能顺利上线,则暴

露出监管与市场的双重失灵,一方面,平台审核流于形式,对“擦边球”内容睁一只眼闭一只眼;市场机制在此过程中则扮演了推波助澜的角色,使其能获得4500万的流量加持。

《麒麟送子》的闹剧,只是短剧行业乱象的冰山一角。作为一种新兴的文化产业形态,近年来短剧行业快速发展。数据显示,2024年中国微短剧市场规模突破500亿元,首次超过电影票房规模,预计2025年将突破680亿元,2027年将跨越千亿元门槛。然而,在光鲜的数据背后,内容质量参差不齐、粗制滥造、违反公序良俗等乱象还是不同程度地存在。为了博出位,部分创作者不惜挑战认知底线,炮制出诸多离谱剧情。

围绕短剧行业的种种不良风气,相关部门多次发出明确的纠偏信号。2022年年底,国家广电总局发布《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》指出,坚持讲品位、讲格调、讲责任,抵制低俗、庸俗、媚俗,建设短剧创作传播良好生态。广电总局又出台《网络微短剧创作生产指引》,明确禁止“违背科学常识”内容。随着行业不断规范,短剧行业乱象得到一定程度的遏制。“1胎99子”雷人短剧的出现,说明持续提升短剧行业的整体发

展质量,依然任重道远。

《麒麟送子》的昙花一现,折射出短剧行业在快速发展中的阵痛。当其市场规模不断扩大,我们更需警惕:若任由粗制滥造的雷人短剧大行其道,当剧情逻辑被彻底抛弃,当人伦常理沦为笑柄,不仅可能拉低短剧质量,毒害观众的智商与审美,还将透支观众信任与行业未来,形成“劣币驱逐良币”的恶性循环,最终损害的必将是整个行业的声誉和前景。

《麒麟送子》的下架并非终点,破解困局需要多方协同发力,在流量与品质间寻找平衡点;相关部门应强化短剧的审核监管,借鉴其他行业的“黑名单”制度,对屡次触碰红线的团队实施行业禁入。平台应完善分级审核制度,在算法推荐环节设置常识校验关卡,筑牢内容审核的“防火墙”。创作者需重拾艺术初心,把好短剧品质。观众也应提升审美素养,对粗制滥造、侮辱智商的短剧要坚决说“不”。唯有将流量冲动关进制度的笼子,短剧这个新兴市场才能摆脱“野蛮生长”,实现可持续发展。



外卖骑手办健康证

□本期主持:周培尧

“外卖骑手要不要办健康证”,各地的规定不尽相同。近日,这一话题再次在网络上引发讨论:支持的网友表示,如今的外卖都是密封好的,外卖员没必要再办理健康证;反对者则认为,外卖员作为跟食品接触的人群,还是应该办理健康证。对此您怎么看?

必要举措 不可忽略

@湖北甘武进:健康证的核心是保障公共卫生安全,虽然骑手不直接参与食品制作,但在配送环节中与食品直接接触,若忽视健康资质审核,可能成为病菌传播的潜在媒介。健康证是外卖骑手健康状况的证明,能确保其无传染性疾病,保障消费者饮食安全。此举不仅能提升行业整体卫生水平,还能增强消费者对外卖服务的信任度。

@许兵:餐品在现实配送中,难免会出现各种意外情况。比如封签可能因为各种原因损坏,食品包装可能在颠簸中出现细微破损,这时如果骑手携带传染性病菌,就极有可能污染食品。从公共卫生管理角度看,要求骑手办理健康证,是一种预防为主措施。通过定期体检,筛查出可能存在的传染性疾病,能从源头上减少疾病通过外卖食品传播的风险,这是对广大消费者健康负责,也是维护公共卫生安全的必要举措。

@刚柔:现实中,即便餐品密封,骑手在分拣、配送过程中仍可能因手部接触、配送箱污染等间接影响食品卫生。尤其在高温天气、长途配送等场景下,若骑手自身携带病菌,即便不直接接触食品,也可能通过交叉污染埋下隐患。食品安全是“从生产到餐桌”的全链条责任,配送环节的健康管控如同堤坝闸门,一旦拆除健康证这道基础防线,仅凭技术手段难以完全阻断风险。

浪费资源 多此一举

@范华平:《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》明确规定,商家需保证配送过程食品不受污染,避免送餐人员直接接触食品。现实中,食品安全封签也已经广泛普及,骑手不能“直接接触食品”。可以说,无论从法律法规还是从现实情况看,外卖骑手办健康证已无必要。况且,有些医疗机构的健康证“给钱就办”,其含金量也大打折扣。可见,取消外卖骑手的健康证实为务实之举。

@仙水忍:外卖行业已高度规范化,食品包装普遍采用密封技术,骑手与食品直接接触的可能性极低,继续强制办理健康证不仅增加骑手的经济和时间成本,也造成行政资源的浪费。此外,外卖平台已通过数字化手段实现食品安全管理,如“食安封签”和全程可追溯系统,能有效保障配送安全。取消健康证有助于降低行业准入门槛,促进灵活就业,符合“放管服”改革精神。

@蜀中闲人:健康证办理需1-2个小时排队体检,等3-5天取证,不仅需百元费用还催生假证乱象,其“重形式轻实效”的管理模式,已跟不上“无接触配送”的技术迭代。取消健康证非放松监管,而是将重心转至强化封签追溯、建立健康动态申报等精准管理。技术让食品安全防护从“持证上岗”升级为“全链可控”,正是治理向“科技适配”迈进的务实一步。

多方合力 守护健康

@汪老师:外卖骑手严格执行健康证制度,是不容置疑的。破解是否办证的困局需构建“制度+技术+监管”三位一体的治理体系:通过细化地方性法规填补制度空白,运用人脸识别、实时定位等技术手段强化体检过程监管,同时建立跨部门联合执法机制,对制售假证等违法行为形成高压震慑,方能让健康证真正回归守护健康的制度初心。

@不懂:取消外卖骑手健康证的规定之所以引发争议,本质来说还是效率与安全的权衡。一方面,可研究取消健康证对食品安全的实际影响,例如抽样调查配送环节的污染概率。另一方面,可探索替代方案,如简化健康证办理流程,或要求平台定期提供骑手健康报告。政策制定应兼顾行业发展和公众利益,在数据支持下动态调整,而非简单“取消”或“保留”。

@孤灯下亮:外卖骑手该不该办健康证的消息之所以引发热议,缘于公众对外卖食品安全仍心存担忧,但需要认清的是,排除安全隐患并不是一张健康证能扛下来的。除了做好密封包装、贴好封签之外,还需要监管部门创新监管方式,提升全过程监管的闭环性、透明性,唯有强化约束刚性,才能化解这一现实矛盾。

下期话题

乘交通工具、住酒店民宿、逛公园景区……如今,越来越多的公共场合对宠物敞开大门。然而,随着市场快速发展,相关纠纷争议不时出现。仅黑猫投诉平台上,以“宠物出行”为关键词的投诉就超千条。宠物出行如何平衡各方权益?下期茶座,邀您聊聊“宠物出行”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。