

关注

看电视更便捷 才是民心所向

□王志顺

近日,国务院新闻办举行新闻发布会披露,为更好满足人民群众便捷操作电视的需求,今年广电总局将会同工信部制定一体化电视技术标准,将机顶盒功能以软件形态内置于电视机中,打造极简终端形态,一台电视即可畅享直播、点播等全类型电视业务,用户配备通用遥控器,可一键开关机、一键看频道节目。(9月19日 央视新闻)

长期以来,看电视这项最基础的家庭公共服务,逐渐被繁复的商业化设计异化。外置机顶盒的叠加、双遥控器的操作割裂、多层菜单的迂回跳转,让简单的视听需求变得门槛重重。对许多老年群体、乡村用户来说,智能电视的“功能过剩”与“操作复杂”,早已成为数字生活中的隐形壁垒。

过去三年,广电部门持续开展电视领域“双治理”,重拳整治套娃收费、弹窗泛滥、层层嵌套的乱象,有效刹住了行业野蛮生长的商业化惯性。但这些整治更多针对显性问题,并未破解深层结构性矛盾,硬件分立、终端冗余带来的弊端依旧存在,用户“想看电视却不会操作”的痛点始终未能彻底根除。

此番一体化电视改革的价值,在于跳出表层整治,从技术标准源头重塑行业逻辑。这并非简单淘汰机顶盒硬件,而是通过功能软件化,终结多年来“电视+机顶盒”的拼接式终端生态。如今,统一行业标准,将解码、认证、信号接收等核心能力内嵌电视整机,让一台设备、一个遥控器即可完成全景视听服务,本质是用技术减法挽回民生体验的加法。

更可贵的是,此次改革摒弃了“一刀切”的推进方式,体现出政策落地的精细化、务实化。官方明确,鉴于相当数量的老旧电视硬件受限、无法适配一体化升级,将采取梯度替代、有序更迭的节奏,先期部署数千万台新型一体化电视,依托市场自然换新节奏,在“十四五”期间实现全域普及。这种新旧兼容、循序渐进的推进思路,既顺应技术升级趋势,又充分兼顾普通家庭的现实利益,避免改革带来不必要的民生成本。

纵观智能电视多年发展,行业长期陷入“重商业、轻服务,重流量、轻刚需”的错位困境。厂商一味堆砌应用、扩充会员体系、叠加营销入口,将电视这一公共视听工具,异化为流量变现的商业载体,最基础的直播功能反而被边缘化。一体化电视标准的出台,是对行业跑偏发展的有力校正:电视的第一属性是公共服务,而非盈利工具;视听产业的核心价值是服务大众,而非收割用户。技术迭代的意义,从来不是制造繁琐、制造门槛,而是简化生活、便利民生。

外置机顶盒的渐进退场,不只是终端形态的更新,更是行业发展理念的回归。褪去冗余的商业包装、剥离繁杂的无效功能、回归便民的服务本源,让老百姓简简单单看电视,正是数字民生最质朴、最动人的进步。

莫让“面试作业” 沦为“窃智窃密”

□冯海宁

面试结束,本该是等通知,却先等来一份“作业”。近年来,面试被“留作业”的现象越来越常见。近日,对1334名近3年有过求职经历的受访者进行的一项调查显示,对于面试被“留作业”的情况,50.5%的受访者指出一些“作业”涉及真实业务或未公开信息,需要警惕。

如今,面试不只是面对面沟通,不少用人单位还会布置“作业”,用于考察求职者的实际能力、消除简历“滤镜”。然而,一些面试“作业”悄然变味,被质疑、被诟病较多的问题集中在:有的用人单位涉嫌反复变相用工,既要求提交“作业”,又要要求反复修改乃至追加“作业”;有的用人单位面试要求提交方案、设计等“作业”而不录用,被认为是窃取求职者智慧;更有用人单位以“留作业”方式,企图通过求职者窃取机密信息。

面对不合理“作业”,有的求职者选择放弃,有的选择完成但有所保留,有的则进行曝光或投诉。

对此,人社部门不妨针对面试“作业”乱象,出台详细操作指南明晰边界,一方面引导用人单位规范面试“作业”,遵守基本“红线”,以降低面试成本、减少面试纠纷;另一方面,引导劳动者求职时注意“避坑”,提防用人单位利用面试“作业”侵害合法权益。

此外,划清面试“作业”边界可参考一些地方做法。例如江苏省人社厅日前印发《招聘信息发布参考文本》,就很有现实针对性。浙江慈溪等地专门印发“企业合规用工指引”,也有维护劳动者合法权益之效。既可以用考虑将面试“作业”写入前述指引中,也可以考虑单独为面试“作业”量身定制专门规则。

总之,劳动法覆盖不到的细节问题,用政策“打补丁”不失为一种良策,这也能防止面试“作业”沦为“窃智窃密窃免费劳力”的工具。

全民重诺守信,共筑放心消费之城

□黄祖祥



中秋、国庆双节将至,世遗泉州迎来新一轮文旅消费热潮。为守护良好市场消费环境,切实擦亮泉州“世界遗产城市”“世界美食之都”“世界时尚之都”城市名片,近日泉州市监、发改部门联合发布节日期间市场价格行为提醒告诫书,为有关经营者及相关单位划清经营红线,亮出最高500万元的处罚利剑,全力打造阳光透明、放心舒心的消费市场环境,守护世遗之城来之不易的城市口碑。

双节期间,围绕“泉州有东西·漫游慢生活”主题,全市将推出超1000场特色活动,串联世遗、非遗、美食、国潮等多元业态,让广大市民、游客在泉州微度假、慢生活。但在文旅热度持续攀升的背后,住宿坐地起价、餐饮模糊标价、景区捆绑销售、线上平台虚假补贴等消费痛点,成为检验泉州城市治理水平的现实考题。

文旅要红火出圈,城市口碑更要持续“保温”。世遗泉州的独特魅力,既流淌在市井烟火之中,也彰显在公平有序的消费环境里。打造让游客放心的文旅消费市场,绝非监管部门的“独角戏”,唯有经营主体恪守诚信底线、行业协会做好自律引导、监管部门压

实监督执法职责,多方同向发力、同频共振,才能靶向破解节假日旅游消费的各类顽瘴痼疾。

旺盛持久的消费活力,根基在于广大市场经营主体守牢诚信经营的本分。商家是服务游客的第一窗口,一言一行、一价一签,直接塑造着游客对泉州的城市印象。假期客流激增,市场拥有合理调价空间,但绝不等于可以肆意涨价、借机宰客。短期投机换来的超额收益,看似赚得眼前利益,实则在消耗泉州长年积淀的文旅口碑。广大经营者应清醒认识到,游客的信任才是最珍贵的无形资产。主动落实明码实价,把收费项目摆在明面上,把服务品质落到细节处,把消费纠纷化解在萌芽状态,自觉摒弃短期逐利的心态,才能把客流转化为长久的回头客,共享泉州文旅产业高质量发展时代红利。

安心有序的消费市场,离不开行业协会发挥纽带作用,强化行业自我约束与内部治理。行业自律是社会共治体系中不可或缺的一环,此次泉州市监、发改部门联合发布的提醒告诫书,专门对行业协会履职提出明确要求,督促其发挥正面示范引领作用,严防经营者串通涨价、操纵市场价格。旅游、餐饮、民宿、电商等行业协会,应主动扛起社会责任,以行业自我净化填补监管缝隙。一方面厚植行业诚信底色,引导会员单位强化价格自律,树立良性竞争意识,抵制恶性价格内卷与集体抬价;另一方面搭建好沟通平台,既要倾听行业经营的现实困境,也要正视游客集中反馈的突出问题,对

行业内显现的违规苗头及时劝导纠偏,实现行业发展与游客权益双向兼顾。

阳光公正的消费环境,更需要监管部门精准施策、铁腕治理各类节日价格乱象。旅游消费投诉往往集中爆发在节假日,异地游客遭遇价格方面的侵权损害时,普遍存在维权取证难的现实阻碍。此次泉州直面游客反映集中的消费痛点,提前发布提醒告诫书,清晰划定经营行为的负面清单,推动监管关口前移,做到警示在先、预防在前。同时细化明确处罚裁量标尺,违反明码标价规定最高可罚5000元,实施价格欺诈最高可罚50万元,串通操纵物价大幅上涨最高可罚500万元,涉嫌违法犯罪的移送公安机关处理。梯度分明的处罚标准,彰显重拳治理市场秩序的坚定决心。此外,泉州持续畅通“12315”等投诉举报渠道,引导游客留存证据快速维权,切实降低异地游客维权成本,让游客遇到消费纠纷“投诉有门、维权有力、处置有效”。

一座城市的文旅竞争力,不仅在于得天独厚的风光风物,更在于一诺千金的城市信用。唯有全城全民以诚信守护文旅热度,以共治筑牢消费安心防线,八方游客方能放下顾虑,沉浸式体验泉州千场缤纷多彩的文旅热度,以共治筑牢消费安心防线,八方游客方能放下顾虑,沉浸式体验泉州千场缤纷多彩的文旅热度,以共治筑牢消费安心防线,八方游客方能放下顾虑,沉浸式体验泉州千场缤纷多彩的文旅热度。



黄祖祥



近期,四川、山西等地公安机关接连破获非法倒卖学生个人信息大案,从校园“内鬼”违规导出数据,到运维人员监守自盗,再到中介层层加价转卖,一条条非法倒卖学生信息的灰黑链条浮出水面。

专家表示,学生信息竟成黑市商品,不仅透支社会对学校、机构和教师的信任,更伤害未成年人的健康成长环境,必须以“零容忍”态度一抓到底,彻底斩断伸向未成年人的黑手。

(新华社/文 视觉中国/图)

让奔波的人,也能从容“方便”

□吴志明



据工人日报报道,浙江杭州近日举行网约车司机安心如厕“五个一”举措新闻发布会,明确到9月底前在全市范围内设置2000个司机停车如厕泊位,重点破解网约车、出租车司机如厕停车难问题。此举以制度化手段回应民生诉求,既彰显了城市精细化治理的效能,也传递了以人为本的治理温度。

穿梭在城市街巷的网约车、出租车,是城市公共交通的重要补充,维系着城市运转的便捷高效。但长期以来,“如厕难”却是困扰广大从业司机的一位大痛点,有厕所的地方无车位,有车位的地方无厕所,路边临时停靠又面临违停风险,导致许多司机不得不“硬憋”,连喝水都要掂量。这既损害司机的身心健康和职业尊严,也间接影响营运安全和出行服务品质。

杭州此次出台的政策,恰恰是对这一痛点的精准回应。2000个专属泊位覆盖多元场景,实现城区重点区域全覆盖,解决“有位可停”的问题。同时配套上线“停车如厕一张图”,实现一键精准导航,这种效率意味着司机能多接单,能少忍受生理折磨。更值得关注的是其柔性执法设计:在非严

管路段临时停靠不超过15分钟、不影响通行并开启双闪灯、放置“如厕停放示意牌”的,酌情不予处罚。同样,因应急如厕引发的乘客投诉经平台核查属实可免责处理。这不仅是少扣几分的问题,而且是在为司机的职业尊严撑腰。

杭州的做法之所以引发广泛关注,是因为它把“如厕难”这件事当成一个系统性问题来解决,不是简单地多画几个车位,而是从泊位设置、地图导航、执法宽容到投诉免责,把整个链条都考虑进去,为破解行业痛点提供了精细化治理范本。

杭州的举措并非个例。早在2021年7月,泉州交警部门就在中心市区试点推出10处如厕专用免费停车位,专门解决出租车、网约车司机的如厕停车难问题。丰泽区则打造覆盖广泛的“一刻钟便民如厕圈”,动员300余户商家免费开放内部厕所。2025年,贵阳在137座环卫公厕周边设置1240个限时停车位,喷涂醒目的蓝色“如厕临时”标识牌。2026年7月,银川在市区10座公厕周边设置30个如厕专用限时免费泊位……

一个城市的文明高度,往往藏在对平凡劳动者的善待里。设置如厕临时停车位看似事小,却意义重大。它终结了司机“如厕难”的职业焦虑,有效保障劳动者基本权益,改善从业体验;更传递了鲜明的价值导向:每一位为城

市付出的奋斗者都值得被尊重、被善待;同时折射出城市治理从“管理本位”向“服务本位”的深刻转变。从另一个角度看,如今各大城市都在发展文旅,此举无疑提升了整个城市的文明形象。试想,当一个外地游客坐着网约车,看到司机在途中从容停车如厕,这种城市治理的细腻感,难道不是最好的城市名片吗?

当然,政策落地关键在于执行与监督。一方面,需加强对泊位使用的动态管理,防止长时间占用资源,确保流转效率;另一方面,应持续收集司机反馈,优化点位布局。同时,也要加强宣传引导,营造全社会共同关爱新就业群体的良好氛围。当然,我们更希望监管部门能细化落实新业态权益保障政策,督促平台科学设定工作时长,建立强制休息机制,从源头保障司机休息权、健康权。此外,还应建立常态化诉求反馈机制,畅通司机维权渠道,让司机的合理诉求有回应。

杭州设立网约车司机如厕泊位,虽是小切口,却做出了大文章。它不仅解决民生小事的创新实践,更是城市文明程度和治理能力的直观体现。期待这一经验能为更多城市提供借鉴,让每一位在城市中奔波的劳动者都能被温柔以待。



吴志明

世相观澜

猪圈开咖啡店 猎奇炒作

●近日,广西玉林兴业县的一家猪圈咖啡店在社交平台上走红。不少网友认为该店创意十足,但也有网友表示隔着屏幕都感受到了浓烈的“粪围感”。该店工作人员表示,店里对此前养猪的旧址进行多次冲洗、消毒,对墙体上喷了多次固化剂,店内已经没有味儿了。(9月19日 极目新闻)

张连洲点评:把闲置农舍改造成文旅空间,盘活乡村闲置资源,本是乡村文旅探索的一种创新尝试。但项目依托猪圈的原始场景制造噱头,用带来的“粪围感”博取流量,也暴露当下部分乡村文旅项目重猎奇、轻内涵的通病。这种流量来得快,退潮也快,一旦新鲜感褪去,很容易陷入门庭冷落的窘境,前期改造投入难以回本。文旅产业的根基在于文化体验,单纯依靠场景反差制造话题,没有配套的文化内容、服务支撑的完善,只能短暂收割流量,难以形成稳定的文旅业态,更无法带动当地村民长效增收。乡村文旅想要长久发展,不能一味靠猎奇博眼球,唯有褪去猎奇包装,夯实服务、植入本土文化,才能真正实现可持续发展。

校门口“一根杆”精细治理

●近日,北京小学校门口一款极简“一根杆”长椅走红网络。结构简单、占地极少的横杆设施,有效解决了家长在校门口等候无处落座的民生难题,引发全网推广呼吁。顺应民意呼声,山东、广东、湖北、四川等地迅速启动试点落地,网红便民设施开始从网络热议走向现实场景。(9月19日 央视新闻)

王志顺点评:一根普通横杆能够迅速刷屏、全民追捧,本质上是大众对城市治理精细化回归的深切期待,也是对传统城市建设“重面子、轻里子”惯性思维的反向纠偏。放学高峰期的校门口,家长站立等候、无处休憩,这一普遍场景长期被视作常态,游离于公共设施规划的视野之外。“一根杆”长椅褪去所有形式化包装,以极简设计精准对接群众高频需求,用最低成本补齐城市公共服务的细微短板,正是其突破圈层、收获大众认可的核心原因。本轮全国推广的可贵之处,在于跳出网红项目常见的复制套路,各地结合自身条件作出调整优化,形成从网络民意到现实民生服务的转化链条,生动诠释了新时代城市治理的核心要义:民生工程的价值,不在于声势大小,而在于是否精准解决群众难题。

“苦情”师德宣传 违背常理

●“23年未曾回家见过父母”“每天仅睡眠0—2小时”“全年无休”“自掏腰包百余万资助科研”“44岁单身全身心投入工作”……网民反映中南大学湘雅医学院教师节表彰大会上教师PPT内容违背常理一事,该学院官方账号已下架表彰大会相关文章,并针对事迹是否夸大注水展开调查。(9月19日 红星新闻)

江德斌点评:一系列极致悲情、违背生理常识与人伦常理的表达,将一位教师的先进事迹包装得极端又失真,这种畸形的奉献观传递着扭曲的职业价值观,既不真实,更不值得推崇。长期以来,不少单位的先进事迹宣传陷入固化僵化的误区,刻意拔高事迹、制造悲情,把正常履职包装成超常奉献,把合理履职扭曲成极致牺牲,形成了比惨式、内卷化的畸形评优生态。这种脱离现实、违背人性的宣传套路,不仅让先进表彰失去真实性与说服力,也催生职业焦虑与恶性内卷。先进表彰的初心是树立标杆、凝聚力量、传递正向价值,绝非编造悲情、制造焦虑、鼓吹极端。评优评先应立足真实,聚焦履职实绩,推崇爱岗敬业、精益求精的专业态度和温暖向善的人文初心,让先进榜样真实可感、可信可学。

“合肥分腾”走红 切莫越线

●近日,被网友称作“合肥分腾”的博主余献火了。因长相酷似演员沈腾,他把电影《欢迎来餐厅》的角色“徐福”搬进现实,在街头支起炒饭摊,招牌写着“龙餐厅”“徐福炒饭”,复刻角色神态、经典台词,吸引大批市民打卡消费、网友线上围观。(9月19日 极目新闻)

吴锡鹤点评:互联网上靠撞脸、模仿明星角色走红的博主并不少见,但是这些热度过度依附原版IP与明星本人,一旦原作热度退潮,自身又缺乏独立内容与核心竞争力,流量便会快速消散。更值得警惕的是,很多从业者对法律边界认识模糊,误以为长得像、模仿得像就可以随意商用,忽视“娱乐模仿”和“商业使用”之间清晰的分界线,等到被追责才意识到风险。流量不能凌驾于规则之上,趣味不等于免责牌。网络时代二次创作、模仿演绎应当守住一个基本原则:非营利的自娱自乐拥有宽松空间,一旦涉及商业引流、变现经营,对影视IP、明星人格形象的使用,应当遵循“先授权,后使用”的准则,不能抱着“蹭热度、搭便车”的心态随意拿来就用。唯有恪守法律边界,练好自身本领,这份来自街头的烟火生意,才能行稳致远。