以“晒”为媒 激发文旅消费热情

漫画/乔宇

巴渝论坛

每个区县晒出让人眼前一亮、印象深刻的产品，晒出消费者购买、游玩的冲动，晒出“不一样的精彩”，才能让群众有所期待。这也正是“双晒”的魅力所在

□张珽

“双晒”第二季，成为这个6月重庆最热的话题之一。各区县的区县长纷纷出镜，解锁直播带货新技能，为当地旅游精品和文创产品代言。这些“推销员”时而风趣逗乐、时而放出优惠秒杀链接，得到网友们的广泛点赞，激发了消费者“买买买”的热情。

去年举办的第一季“双晒”推介活动，用拍视频、讲故事的方式晒文化、晒风景，被誉为城市营销、旅游美学的一个经典创新范例，不仅引起现象级传播，在国内外观众心目中树立了重庆好山好水好文化的形象，更助推重庆旅游、文化产业实现有力增长。今年的“双晒”第二季，是接续发力，更是创新升级——在晒文化、晒风景的基础上，进一步聚焦文化旅游产品，把好资源变好产品，从而拉动消费、推动发展，带动群众致富。

在疫情防控进入常态化的背景下，“双晒”第二季的聚焦点，带有明显的指向性。一场突如其来的新冠肺炎疫情，让文旅这个被比作“诗与远方”的行业，遭遇前所未有的严重冲击。从年初按下暂停键，到复工后面临游客大幅减少的压力，文旅行业前路困难重重。城市的“烟火气”回来之后，如何抓住机遇，提振文旅消费信心，加快推动文旅行业全面恢复，成为当务之急。

开展“双晒”第二季推介活动，让区县长走到镜头前直播带货，是一种主动作为的体现。区县长在镜头前当“主播”，不仅仅是对当地文旅产品的推广，更代表着政府在做实做细提振文旅消费的具体工作。这种化危为机的积极引导，将有力增强文旅行业复苏的动力，提振游客们的旅游信心，让疫情影响下的旅游和文化产业市场获得强大助力。

“双晒”第二季，是要把旅游精品和文创产品进一步推向市场。这意味着，不是把炫酷的东西弄出来博人眼球就够了，更重要的是实实在在把人们来旅游、来消费、来投资的热情激发出来。能不能取得这样的效果，就看有没有晒出特色、晒出创意、晒出吸引力。每个区县晒出让人眼前一亮、印象深刻的产品，晒出消费者购买、游玩的冲动，晒出“不一样的精彩”，才能让群众有所期待。这也正是“双晒”的魅力所在。

区县长直播带货，某种程度上是在用地方政府的信用为产品“背书”。这是区县长当“推销员”的优势，也对产品质量提出了更高要求。对产品进行“海选”，替消费者严格把关，把本区县最有特色、最能卖出去、最想卖出去的东西“带”出来，给消费者带来性价比最高的购买体验，才能取得良好的带货效果，形成“买买买”的良性循环。

“双晒”第二季，是为了引导重庆人畅游重庆，吸引外地游客来渝旅游，推动疫情常态化防控下文旅市场的全面恢复。晒出好产品的同时，也要有这样的意识：通过“晒”的过程，带动旅游和文化产品的质量提升，带动文旅行业的服务品质优化，不断满足消费者的新需求。越来越多的消费者在感受和体验中，被重庆的旅游精品和文创产品“种草”，“双晒”才能取得最大的社会效果和经济效益。

每个人都是疫情防控的主体

□朱芸锋

近日，国内一些地区连续出现新冠肺炎疫情确诊病例。严峻复杂的疫情形势再次提醒我们，不能有丝毫麻痹思想和侥幸心理，必须以最严格、最精准、最周密的防控措施，将防控要求落细落实。

这段时间，重庆迅速安排部署排查潜在风险人员、排查整治农副食品市场、强化进口商品特别是进口食品风险监测，目的就是全力以赴防患于未然。面对疫情形势变化，要及时调整和完善防控措施，进一步充实基层防控力量，切实加强源头管控。既要在“人”这个方面严格落实闭环管理措施，准确摸清潜在风险人员底数及活动轨迹；又要在“物”这个方面强化措施、细化流程，切断可能的传播途径。

前期的疫情防控取得了阶段性成果，但这并不意味着常态化的疫情防控可以松劲。日前，北京市丰台区副区长因疫情防控失职失责被免职；河北安新县2名居民因故意隐瞒个人轨迹及与他人接触情况，被公安机关调查、并依据调查情况及危害后果进行依法追责。“提醒百次不如问责一次”，疫情防控绝不能含糊其事，对麻痹大意、厌战松劲造成严重后果的行为，不容姑息。

“人民安全是国家安全的基石”。继续做好基层防控宣传，实施人员密集地带消杀，严密排查感染者，都是坚持“人民至上、生命至上”理念的有力体现。疫情面前没有谁是旁观者，有了严密的防控措施，还需要市民立足自身实际，靶向发力拧成抗疫一股绳。比如，主动加强自我防范，出门佩戴口罩，尽量不扎堆、少聚集；配合做好相关从业人员的健康监测和筛查；不传谣、不信谣……每一个人都从自身做起、从小处做起，精准使劲，防控措施就能做得更细些，防控之网就能织得更密些。

每一个“我”都加入到战斗中来，将防控责任传导得更严实一些，把防控措施落实得更严密一些，就能进一步扎紧扎牢疫情防护网，切实维护人民群众生命安全和身体健康。

使用公筷岂能“不好意思”

□贺玲聪

“别人都不用公筷，我用，有点不好意思”“吃个饭都这么讲究，别人会说你装”“用公筷，感觉有些见外”……参加一个聚会，餐桌上明明摆放了公筷，可使用者寥寥。问及原因，大家都有几分身不由己：公筷，不是不想用，只是不好意思用。

不好意思用，恰恰说明有用的意识，但还不够坚定。疾控专家曾做过一个对比实验，使用和不使用公筷，菌落相差有的高达250倍。新冠肺炎疫情防控期间，全国发生多起因聚餐导致的聚集性感染。这些，一再证明使用公筷的必要性。使用公筷，并非矫情，而是基于科学的明智之举。不使用公筷，其实是变相帮助病毒细菌扩散，增加疾病传播的风险。眼下这场尚未结束的疫情，让戴口罩、勤洗手、多通风、常消毒等成为共识，可在使用公筷这一关键细节上，差些火候。我们绝不能“好了伤疤忘了疼”。

不好意思用，说明“大家都用”的风气，还不够浓。其实，我国使用“公筷”的传统悠久。古人尚且有此文明用餐之举，我们更应该有这样的觉悟。在围桌共餐之下，大家看似亲密无间，实则埋下了健康隐患。

今年3月，重庆市委宣传部、市文明办等8部门联合发布“吃得文明”倡议书，建议家庭和餐馆配备公筷公勺，用餐人员自觉使用公筷公勺。随即，全市100个文明家庭带头响应，形成了良好的社会氛围。6月13日，由重庆市卫生健康委、市爱卫办和市文明办联合制定的《重庆市民健康公约》正式发布。其中，就提到了“分餐公筷拒野味”。人人参与到“公筷行动”中来，才能形成新时代文明用餐新“食”尚。

使用公筷不是疫情期间的权宜之计，而是一次文明用餐的变革。让餐桌上的“吃相”更文明、更科学，亟需这双小小的“公筷”。

脱贫新语

兴办扶贫车间要发挥实效

□张凤波

目前，各地把建立扶贫车间作为帮助贫困户脱贫的重要举措。重庆市的扶贫车间解决了为数不少的群众就近就业，其中贫困人口占了很大比例。今年复工复产以来，重庆市已经有200多家扶贫车间投入运行，吸纳贫困劳动力近2000人。

相较于进城务工，扶贫车间虽然收入低一点，但省去了住宿、伙食、交通等额外费用，还能照顾家庭。重庆涪陵区寿坝村林夏竹业有限公司扶贫车间工人介绍说，在疫情防控常态化形势下，扶贫车间不仅解决了困难群众的收入问题，而且减少了劳动人口的流动，为疫情防控和增产增收作出了双贡献。

毋庸置疑，扶贫车间有诸多积极意义。与此同时，也要谨防这一举措在现实中走偏。比如，有的扶贫车间一味谋求政府补助、获取高额贷款、争取政府贴息，真正扶贫的动作反而不大；有的扶贫车间招收贫困群众员工名额过少，让扶贫车间名不副实；有的扶贫车间以扶贫为借口，支付员工工资过低。

兴办扶贫车间目的是扶贫，要坚持扶贫性质，向困难群众倾斜，多招收困难群众就业。任何有悖此初衷的做法，都必须及时纠正。

扶贫车间办得好不好，群众最有发言权。检查和考核扶贫车间成效，要多问问群众的意见，多看看脱贫效果。政府有关部门及基层单位应加强对扶贫车间的监督和指导，引导各级各类扶贫车间坚持扶贫性质，多向困难群众倾斜。对招收困难群众较多的扶贫车间，要加大扶持力度；对名不副实的扶贫车间，要取消其相关扶持待遇。

今年是全面打赢脱贫攻坚战收官之年，能否兑现对全国人民的庄严承诺，关乎人民福祉，更关系人心向背。包括扶贫车间在内，任何扶贫项目都必须重质量、重实效、重后劲，这是确保困难群众真脱贫、脱真贫、不返贫的重要保证。

#上好体育课不该是头痛事

□李育蒙

前不久，一位小学校长在朋友圈吐苦水：“如今，上好体育课真是一件让人头痛的事。”这一说法，引发不少教育工作者的共鸣。在疫情的影响下，体育课本已欠账，开学后又不能聚集，课程安排难上加难。但是，从素质教育角度出发，体育课又必不可少。破解这一矛盾，不妨从提升体育课的地位着手。

长期以来，在义务教育阶段，语数外三大主科都有不可撼动的地位。作为应试教育的必考科目，学生、家长在这些科目上，倾注了大量心血。网民吐槽说，体育课是被其它主科挤占最多的课，体育老师也是一些学校最不受重视的老师。

如今，小胖墩、小眼镜、小屏奴不断出现，且越来越低龄化。这恰恰说明，体育教育在孩子成长过程中，应该加强。虽然在疫情的影响下，聚集性、高强度的体育课不该进行，但是健康的生活方式、运动方式仍然值得提倡。

长期以来，强智育、轻体育的观念在一些地方不断被强化。要改变此种现象，还是要从提升体育教学的权重着手。多给体育锻炼留出一点时间和空间，培养学生的兴趣和技能，健全学生体魄。作为孩子教育的参与方，学校和家庭都应该树立德智体美劳全面发展的素质教育观念，不能单纯以成绩论英雄，一味地追求“考什么就学什么”，忽视孩子的健康教育。

从“健康中国”到“体育强国建设纲要”，国家越来越重视人民身体素养和健康水平。经过疫情洗礼，更多人意识到培养健康生活方式的重要性。当前，适当提升体育课地位，倡导学生积极锻炼，正当其时。这既是社会与时代对健康的呼唤与寄望，也是真正实现学生德智体美劳全面发展的新起点。

吐槽找茬窗口

近日，山东烟台福山区的政务服务大厅里出现了“吐槽找茬窗口”，引起当地市民关注。据称，该窗口是按全省统一要求设置，供在大厅办理业务不顺利的市民吐槽投诉。在政务服务中心直接设置“吐槽找茬窗口”，缩短了听取民众反馈的路径，也有助于推动立行立改，合乎民众期许。

（据《新京报》）

漫画/乔宇

莫让粗劣童书成为孩子的精神食粮

□江德斌

伴随国内儿童阅读需求上升，少儿阅读市场不断扩大。然而，部分粗制滥造、内容失格的童书流入市场，容易对儿童产生不良影响。看到一些宣讲奇葩伦理观点、充斥性别歧视、渲染血腥暴力等内容的童书，不免令人错愕，这些明显不适宜儿童的童书，为何能够通过内容审查，在市场上畅通无阻，成为孩子的精神食粮？

相比其它图书的低迷状态而言，童书市场一直保持着较高增速。儿童阅读率和阅读量逐年增加，与家长和社会各界的重视有关系。由于我国童书市场空间很大，利润率较高，全国580多家出版社中有556家出版童书，形成了“群雄逐鹿”的壮观场景。童书市场竞争加剧，“分蛋糕”的多了，各种乱象也就随之出现了。

一些出版商缺乏专业素养，一味求新求快，容易忽视童书内容；一些出版商不注重在原创内容上精耕细作，强行植入不适宜原角色的语言、情节，想方设法钻知识产权保护的空子，蹭经典、蹭IP，让名作蒙羞。诸如此类的情况，在童书市场上泛滥成灾，直接影响到图书内容，造成很多粗劣童书面世，负面影响极大。

童书面对的是儿童群体。他们的心智尚处于成长阶段，接受学校教育和家庭教育之外，还需通过广泛的阅读，培养正确的社会价值观、优良的道德品质。童书对孩子成长意义重大，这是童书市场快速发展的基础。而粗劣童书的盛行，是恶性竞争的结果，有悖保护儿童身心健康的初衷。

制度的缺乏是图书市场混乱的重要原因之一。相关部门应该把牢童书审查关口，严格监管出版、流通和销售环节，将这些粗劣童书从市场上清理掉，让孩子远离不良图书的毒害，规范童书出版流程，为孩子提供优质内容。同时，要将屡次违规者纳入“黑名单”。只有这样，才能引导童书市场形成良性竞争循环，多出版内容积极健康，有益孩子成长的童书。

制止App任性侵权，还须扎牢法治篱笆

加快推进个人信息保护法的立法进程，对于当前统筹做好疫情防控和经济社会发展，引领科技向善，加强个人隐私权保护，具有重要意义

□张西流

互联网时代，大数据应用带来了机遇与便利，也带来了对隐私安全的挑战。2019年，App专项治理工作组开展了App违法违规收集使用个人信息安全评估，发现一些App存在强制授权、过度索权、超范围收集个人信息等问题。近来，一些手机App频繁强制跳转启动、自启动、关联启动，甚至高频次访问手机照片和文件，读取手机信息，表明App侵权愈演愈烈。这些“任性不服管”的App，不仅让用户无奈，也损害用户权益，造成安全隐患。

科技是一把双刃剑。如何利用好这把双刃剑，不仅是科技企业应该思考的问题，更是值得全社会关注的问题。事实上，针对这一问题，国家相继出台《信息安全技术个人信息安全规范》和《网络安全实践指南——移动互联网应用基本业务功能必要信息规范》，对App超范围收集、强制授权、过度索权等个人信息安全问题进行了明确规定。然而，目前手机App仍然普遍存在过度收集用户信息、侵犯个人隐私等问题。而这些App，几乎没有受到任何规制和惩处。究其原因，关键在于相关立法滞后。

在我国，关于公民个人信息保护的规定，散见于网络安全法、电子商务法、民法典、刑法等多部法律中，过于繁杂和笼统，且只限于规范侵犯个人信息造成后果的行为。其震慑、打击力度不大，造成个人信息被泄露和非法利用现象泛滥成灾。

加快推进个人信息保护法的立法进程，对于当前统筹做好疫情防控和经济社会发展，引领科技向善，加强个人隐私权保护，具有重要意义。对常用App侵权依法规制、重罚严管，堵上制度漏洞，才能遏制企业侵权行为，保障用户权益。

推进数字产业规范发展和个人数据保护立法工作，要统筹兼顾个人数据保护、创新、效率和安全等价值目标。在保护个人权利的同时，激励社会更好地沉淀和使用数据。比如，可以对“个人数据”加以分类，以敏感或不敏感为标准，集中力量对敏感个人数据加以保护，对不敏感个人数据，则侧重流通利用；也可以导入“风险”理念，根据个人数据的性质、使用场景以及产生的风险，来限定用户同意的范围和数据二次利用的风险管理机制。

此外，实行群防群治，完善举报机制，强化惩戒措施，也能提高违法成本，让违规者有敬畏之心，从而更好地保护用户隐私。