



为挺身而出者「撑腰」

■夏楠

近日，一医学生在飞机上对同行乘客紧急施救，事后却被质疑没有行医资格。当时，一位乘客突发身体不适，武汉大学临床医学本科生孙毅杰迅速反应，对该乘客进行救助，后续该乘客转危为安。

事情引发关注后，有网友质疑孙毅杰“临床知识匮乏，没有执业资格”。客观而言，这种质疑反映出公众对医疗专业性及执业边界的敏感和重视，并非针对孙毅杰。只是，从观感上来看，年轻人做了好事还要被泼冷水，似乎有违情理。

先就事论事地说，孙毅杰的举动到底是不是“莽夫之勇”？孙毅杰说，自己有一个一贯的信条——量力而行、尽力而为。他表示，清楚自己没有执业证，不能开处方用药，也不能做急救操作。但自己“基本上每周去一次”临床急诊，跟着导师见识过不少突发情形。这样看来，孙毅杰在飞机上施救，还是基于分寸感作出的选择。

正如孙毅杰所言，“有质疑、有争议是一件很正常的事情”。然而，当质疑声出现，人们又不得不再面临另一个问题——如果见义勇为意味着可能陷入舆论漩涡，会不会“吓”到下一个想出手相助的普通人？

就在前不久，也有一起类似的事件。湖南省衡阳市街头，一女子突发昏厥倒地，路过男子跪地为其做心肺复苏。相关视频在网上传播后，竟有人揣测施救者“有隆胸嫌疑”。两件事虽性质有别，却引发同一种担忧：倘若仗义出手过后会被批评、被误解、被攻击，本该自然流动的善意难免会被压抑。

说到底，还是要重申一个朴素的原则，那就是别让好心人寒心，别让千钧一发之际的“救不救”陷入犹豫。善意，终究无法依靠个体的燃烧来长久维系。给予行善者底气，需要社会托举，更需要制度兜底。一方面，应持续完善应急处置机制，强化相关法律法规的明确性与可操作性，为见义勇为者提供清晰且切实的保护；另一方面，则需要社会舆论多为好人好事撑腰，用善意支撑善意，呵护见义勇为的种子。

制度上的保障、情感上的托举，是对每一位勇敢施救者的负责，也是对良好社会风尚的守护。当“好人有好报”照进现实，才会有更多善意被播撒开去。（作者系重庆大学学生）

让“山上的凉风”卖出更好价钱

【巴渝论坛】

■新重庆-重庆日报评论员 王瑞琳

重庆武陵仙女山，58岁的张思国最近心情不错。5年前，他把自家小楼改造成乡村民宿，做起了避暑生意。“40个房间全住满了。”今年夏天，自家民宿生意火爆，张思国笑着说，“山上的凉风，也卖上了好价钱”。

经济学中有个名词叫“一度效应”，指的是气温发生1℃变化，商品的销量会随之发生很大变化。当重庆主城区的气温“亮起红灯”，平均海拔1850米的仙女山却保持着22℃左右的日均气温。这“10+℃”的温差，正是一把打开经济增长的钥匙。每逢酷暑，人们对清凉的渴望，便会转化为实实在在的

消费热情。

张思国的故事，并非个例。仅武陵双河镇，现在就有561家民宿、农家乐，比去年新增50多家。供给增长，折射的是需求扩大。截至7月中旬，武陵景区持票游客人数同比增长25.27%，其中以避暑客为主的散客人数同比增长更是高达54.42%。一个“54.42%”足以说明——“山上的凉风”，市场越来越大。

重庆，集大城市、大农村、大山区、大库区于一体，城乡差距与区域差距交织叠加，城乡二元结构较为明显。“山上的凉风”，把城里的人们“吹”到了清凉的山里，也把增收的喜悦“吹”进了村民的心里。更可贵的，是这些年，不少在外打工的村民也纷纷返回家乡，自己创业当老板。乡村，因人的归来，重新焕发了活力。

事实上，大家回来并非重复竞争。“凉风”之外，业态丰富——在武隆，低空经济、露营经济等新业态，与避暑经济协同发展；在丰都，“城里娃”和本地孩子一起学扎染，家长则抽身去摘番茄；在南川，金佛山景区推出“24℃森呼吸”主题周，带来森林瑜伽课堂新玩法……“凉风”是资源所在，开发是关键环节。精准定位、深度挖掘，让清凉资源衍生出多元价值，让振兴之路越走越宽。

怎么开发？大胆融合，打破“靠山吃山”的惯性思维。今天的清凉经济，正在从以“凉”引客转向价值深耕，本质上是在气候优势之外，为游客提供更多可感知、可传播的附加价值，乃至于一种“在别处”的生活场景。就像影视剧《去有风的地方》呈现的那样，一个地方最核心的魅力不是蓝天白云，而

是只此一处的风土人情。这就需要跳出单一视角，构建更为丰富的文化生态，让“凉风”成为人文魅力的放大器。

如何可续？小心呵护，守好“绿水青山”的绿色本底。越是有“凉风”的地方，越需要平衡开发与保护。民宿扩建有没有侵占林地？污水处理是不是达标？游客数量是否与生态承载力相匹配？每一个问题，都指向同一种抉择——利当前，还是利长远？在避暑经济越来越热的当下，各地更加需要把监管工作做得更频繁、更细致一点，守住那份让人流连的干净底色。

年复一年，“张思国们”的民宿一定能卖出更好的价钱。这其中，不仅有凉风的清爽，更有人文的芬芳。重庆的广袤乡村，也定会因此而更加和美。

灯亮无人离场 《南京照相馆》为何后劲这么大

■新重庆-重庆日报评论员 张燕

电影《南京照相馆》散场，“没有一个观众起身离开，甚至一致得连动都没有动”。这一幕，随着“南京照相馆灯亮了没人走”话题冲上热搜。

银幕上，照相馆内众人面对两张通行证爆发激烈争论，“照片比命重要”；影院内，历史的真相穿越时空直抵人心，让人心绪难平。据猫眼专业版数据，截至7月29日15时01分，《南京照相馆》登顶2025年暑期档票房榜，成为9省票房冠军。当灯光熄灭，历史在黑暗中苏醒；当灯光亮起，真相在泪水中显现。

有人说，《南京照相馆》的后劲很大。这后劲，来自真实的千钧之力。影片取材于南京大屠杀期间的真实事件——1938年1月，时年15岁的照相馆学徒罗瑾在冲洗日军送来的胶卷时，看到日军犯下的残酷暴行。为了保存罪证，罗瑾悄悄爱国青年吴旋接力守护，让真实历史永不磨灭。

直至今日，日本右翼势力仍频频以修改教科书等方式，妄图歪曲历史，如将“南京大屠杀”写成“南京事件”。但正是有了这些照片，侵略者试图通过摆拍粉饰暴行的历史真相昭然若揭；正是有了无数影片，如今的你我“感觉陪着素未谋面的亲人，亲历了这场灾

难”。银幕上的画面惨烈无比，但真实发生的历史只会比电影悲惨、悲伤千万倍。

照相馆中的暗房，既是一群普通人的避难所，也是守护历史真相的隐秘阵地。影片中的这本相册，是用生命接力守护的铁证，也是一个民族不能忘却的历史记忆。导演申奥说：“照片本身是记载美好瞬间的，是人性的寄托。但在日军攻陷南京以后，照片却变成了宣传的武器，变成了炫耀的工具。”这种从“记录美好”到“沦为凶器”的转变，正是影片通过影像直击历史真相的关键。

如今，这份承载着历史伤痛的“京字第一号证据”存放于中国第二历史档案馆。相册封面上，依然保留着罗瑾画的一幅图：一把利刃，两颗滴血的心脏，以及一个大大的“耻”字。勿忘国耻，吾辈自强。正如二战相册捐赠者埃文·凯尔所说，“让历史不被遗忘——这是一件非常重要的事”“只有这样，我们才能从中学，照亮那些隐藏的黑暗，阻止悲剧重演”。

137分钟里，观众跟着冒充学徒的邮差阿昌，一步一步踏上了1937年的南京。片尾曲《永远的微笑》响起时，银幕被分割为双重时空：彼时凋敝残破的南京，与今日的繁荣形成鲜明对比。此刻，镜头内外，每个中国人都是历史“底片”的显影人。我们铭记历史，不是为了宣扬仇恨，而是要以史为鉴，唤起每个人对和平的珍视和坚守。



“别谈‘卖家秀’，现在连‘买家秀’都不敢信了。”据媒体调查，某些商家在“买家秀”上自导自演，以虚假的文案和照片等诱导下单，消费者往往收货后才发觉货不对板。部分图片中，甚至出现“六指人”等AI生成的破绽。有网友愤而跟帖：“真是做戏做全套！”

点评：假评论、假图片，注水“买家秀”让消费者“雾里看花”，一不小心就掉进套路里。“买家秀”本是重要参考，若成为营销剧本，受损的不仅是消费者权益，还有平台信誉。对此，购物平台要及时出手治理，惩戒虚假宣传。商家也要明白：演得再像，也骗不了长久。

深耕党建沃土 绽放发展新花

重庆动物园以“动物守护先锋”品牌走出“破圈跨界”之路



近日，重庆市科协公示了2021-2025年全国科普教育基地终期评估结果，重庆动物园荣膺“优秀”单位(全市仅8席)。

是什么让重庆动物园从观赏野生动物的乐园成功转型为集科学研究、科普教育、生态保护与休闲娱乐于一体的城市绿洲？

答案在于其近年来的系统性变革。重庆动物园深入学习贯彻党的二十大精神，扎实推进全市“三攻坚一盘活”改革突破，持续深化新时代“红岩先锋”变革型组织建设。通过坚持党建统领，打造“动物守护先锋”党建品牌，该园有力推动了各项事业高质量发展，已成为全国城市动物园创新发展的行业典范。

深耕科普播撒知识火种 党建引领探索发展新路

今年5月的一个夜晚，25名小朋友在重庆动物园科普老师的带领下，踏上了“夜幕下的动物园——探秘动物夜生活”的独特旅程。

活动中，科普老师为孩子们生动讲解了鳄鱼、蜥蜴、蛇等两栖爬行动物的生活习性，并引导他们观察豹猫等夜行性动物的独特生理结构和行为特点。孩子们由此解锁了动物在黑夜中的“另一面”，收获了丰富的课外动物知识。

这正是重庆动物园丰富多彩科普活动的生动缩影。

“类似的科普活动，目前已成为一种常态。”据重庆动物园相关负责人介绍，为强化科普属性，该园组建了成立了科研科普党支部，打造“科研+保障+安全”三位一体的专业团队，将党员技

术骨干嵌入科研攻关、科普活动、资金管理、安全保障全链条。凭借党支部的不懈努力，重庆动物园成功入选中国科协2021-2025年度首批“全国科普教育基地”；2024年被重庆市科协命名为“科普重庆共建单位”。

值得一提的是，该园每年3月举办的“我为熊猫栽竹子”获评“2024年成渝地区十佳科普研学课程”。同时，“走进渝港澳·爱上大熊猫”渝港澳青少年自然探索行动系列科普活动——熊猫小大使、熊猫小讲解、熊猫小记者课堂培训暨主题班队进动物园”和“悦享中秋·重动团圆”中秋游园科普活动”获评“2024年重庆市全国科普日优秀活动”。

据了解，重庆动物园持续聚焦科研主业：2024年承担科研课题14项，发表论文30余篇(其中SCI收录1篇)。在科普活动方面，每年策划组织“全国科普日”“科技活动周”“科普大篷车渝州行”等主题及研学活动30余项、超百场次。

通过将党的组织优势转化为资源整合优势，重庆动物园成功探索出“党建引领+科普+科研”融合发展路径，为全国动物园系统贡献了可借鉴的“重庆经验”。

动物文化开启新篇章 文创服务创多元价值

2024年5月，重庆动物园一对龙凤胎大熊猫“渝可”和“渝爱”获任“重庆城市节水代言人”。同年7月，动物园启动卡通形象创意设计大赛，共吸引北京、上海、广东等15个省市的设计师参与。在重庆动物园的积极推动下，大熊猫“渝可”和“渝爱”获得了极高的公众关注度，并多次参与重庆市的相关宣传活动。

重庆动物园经营服务党支部通过开发以大熊猫为主题的文创项目，将收益主要用于改善动物生存环境和提升保育水平，是探索利用公众对野生动物的兴趣反哺物种保护与科普教育的一项实践。



“夜探重庆动物园”研学活动

该支部积极打造“虫动”自有品牌，通过“虫动市集”“虫动咖啡”成功实现破圈跨界。其中，“虫动市集”作为官方文创品牌，已陆续开展了“手账森活节”“画出我的虫动星球”等主题活动；在万象城、新光天地等地举办快闪活动；参与杭州动物园“春生”生日会及北京动物园“北动消费季”；参展“2024年第十三届重庆国际文化产业博览会”及“重庆文化旅游发展成果展”，并荣膺“第二届中国公园文创大会”最具潜力奖。目前，“虫动市集”正在多个城市开展“重庆动物园七十周年巡展”，持续拓宽品牌影响力。

同时，为推动园区跨界多元化合作，该党支部联合霸王茶姬推出“渝见萌宠·自在常乐”主题活动，携手沁园打造端午联名“团团圆圆”，助力野生动物保护；此外，利用现有场地和设施逐步升级改造，推出更丰富的奇趣游乐项目，上线“门票+游乐票”套票及优惠套票，并开展节日赠票等活动，为游客提供更多实惠。

以党建为引领，该支部还着力强化人员与管理的交流培训；组织开展大型游乐设施应急救援演练；选派年青党员干部参加中国游乐协会“2025年中国游乐博览会”和重庆市游乐协会“2024年重庆市游乐安全标准化管理研讨会”等活动；并邀请专家前来开

展技能培训。相关交流培训累计达105人次。

科技赋能助力动物保护 设施焕新提升游客体验

今年3月11日上午，“羽翼重归——2025年猛禽迁徙守护计划启动”放归活动在野外举行。重庆动物园联合相关部门现场放归了4只经救护康复的猛禽。

本次放归的4只猛禽均为国家二级保护动物，且均佩戴了微型卫星追踪器。这标志着重庆动物园首次将卫星定位技术应用于猛禽野化放归。通过实时监测其迁徙轨迹，该技术将为

研究猛禽栖息规律、构建生态廊道提供科学数据支撑。

这是重庆动物园科技赋能与体验升级的案例之一。近年来，在党建引领下，重庆动物园综合运用“线上+线下”智慧导览体系等数字化手段，着力打造数字景区，持续提升服务质量。其智慧导览平台提供推荐场馆、游览线路(含自定义线路)等个性化功能，方便游客随时搜索动物位置、便民设施信息，获取科普知识并观看科普视频等。

2024年国庆节，大熊猫馆文创旗舰店正式开业。同期增设了8处“虫动能量补给站”，并引入多项新业态与服务，包括：无动力亲子乐园、共享代步车、纪念自助机、共享充电宝、小熊猫馆“蹲蹲”主题茶饮店、文创冰淇淋和雪糕，以及自营文创矿泉水等。这些举措在为游客提供便利的同时，有效拉动园内二次消费。

在动物馆舍提升方面，该园自主设计并完成了熊猫馆临时笼舍、狼馆、熊馆等馆舍改造与扩容工作。同时，利用自有资金完成了直饮水机安装、鹤鹑餐厅、警务室等20余个建设项目。此外，上熊猫馆改造、两爬馆及涉禽馆展示区优化、新大门及河马馆改造等多项园区品质提升工程按计划有序推进，园区各项功能配套正持续完善。

党建品牌展示

动物守护先锋

2024年12月，重庆动物园党委“动物守护先锋”品牌入选市直机关党建“培育品牌”名单，被列为重点打造对象。该品牌Logo以绿色为基调，图案为双手托举大熊猫，寓意野生动物营造温馨家园，其设计理念秉持尊重生命初心，建设生态文明。

自品牌创建以来，动物园党委创新构建了“1+5N+3”工作机制。在党建引领下，各项工作成效显著：成功创建劳模工作室；科研繁殖成果丰硕；野生动物救护成绩显著；品牌影响力持续扩大，依托资源优势实现“破圈跨界”，成功打造动物文化、媒体宣传反哺热烈。“动物守护先锋”党建品牌价值日益凸显，已成为城市管理领域具有一定影响力的品牌。



张锋 彭光瑞 图片由重庆市动物园管理处提供



“我为熊猫栽竹子”科普活动



为动物场馆扩容