

# 全力以赴保供应,共筑民生保障防线

## ——“同心协力,安全度汛”系列之二

孟哲

当下,我国全面进入主汛期。水利部预测:7月份,我国多个流域可能发生较大洪水。主汛期往往伴随着强降雨,导致江河涨水、山洪暴发等自然灾害的频发,严重威胁着人民群众的生命财产安全和 basic 生活。这样的关键时期,不仅是对政府应急管理能力的又一次检验,也是对社会共同责任和担当的考验。

面对汛期的挑战,我们必须不惜一切代价,全力以赴保障供应。这意味着,灾害来临时,必须让每一份救援物资能及时送达灾区,每一个受灾的家庭能得到妥善安置,每一个受困的群众能感受到社会的关爱。

备豫不虞,为国常道。生活必需品及救援设备等资源的供给,不仅能够稳

定受灾群众的情绪,更是实施有效救援的基础。这需要各地区下好“先手棋”,让各项物资防备举措跑在灾害前面。广西指导重点商贸流通保供企业与区内超100家菜、禽、蛋、水产货源企业建立紧密联系,全力保障异常天气情况下“菜篮子”“果盘子”的稳定供应;湖北武汉已储备帐篷、折叠床、夏凉被等50余个品种的约25万件救灾物资,可满足自然灾害救助Ⅱ级响应情况下需紧急救助人员至少3天的救助需求;江西九江储备了帐篷、棉被、毛毯等约35万件救灾物资,可支持紧急救助2万人;四川遂宁已组建169支应急救援队伍,共4578人。全市县级救灾物资共112712件,总价值1084.11万元……提前准备、科学规划,实现在灾害发生时迅速响

应,确保救灾物资拿得出、调得快、用得上,全力保障受灾群众的基本生活需求。这既是各级各部门对民生保障高度重视的体现,也筑牢了民生保障的坚固防线。

众人拾柴火焰高。在主汛期,由于灾害的破坏,许多家庭可能失去生活来源,面临生活困境。因此,各方面需要积极行动起来,为受灾群众提供必要的生活救助,帮助受灾群众尽快恢复正常的生活和生产秩序。比如,发放救灾物资食品、饮用水、衣物、被褥等;又如,提供临时住所,帐篷、活动板房等;再如,恢复生产生活设施,修复受损的房屋、道路、桥梁等。无论是企业、社会组织还是个人,都可以通过自己的方式为灾区人民提供帮助和支

持。每一份爱心、每一份努力,都将汇聚成强大的力量,帮助灾区人民渡过难关,重建家园。

救灾物资的供应,是人们信心的源泉。在灾害面前,人们往往会感到恐慌、无助、焦虑。及时且持续稳定的救灾物资供应,能够向人们传递一个积极的信号:政府和社会正全力以赴,与灾区人民并肩作战,共同抵御灾害的肆虐。这种关怀能够极大地激发受灾群众战胜灾害的信心和勇气,为他们重建家园提供坚实的支撑。

聚沙成塔,聚爱成海。在主汛期的关键时刻,每一个人都肩负着重要的责任。让我们携手并肩,共同面对挑战。相信在全社会的共同努力下,我们一定能够安全度汛。

来源:人民网

### 合力破解“大数据杀熟”

静子



来源:新华社

7月1日,《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》正式施行。针对备受舆论诟病的“大数据杀熟”问题,《条例》明确规定:经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

消费者苦“大数据杀熟”久矣!购买同一件商品,老用户支付的价格高于新用户;乘客打网约车,手机型号越高端越容易被更贵车型接单;频繁浏览某一商品的购物页面,其价格会自动上涨……经营者根据消费者的使用习惯、兴趣爱好、支付能力等进行差异化定价,破坏了安全放心的消费环境。近年来,“大数据杀熟”更是玩出了新花样,比如有平台“跟踪”用户的社交媒体活动,有平台“盯上”用户的通讯录、邮件,不少网友苦叹“最懂我的人伤我最深”。

面对质疑,现实中几乎没有任何一家平台承认存在此行为,更多是辩称“针对不同用户所进行的差异化营销”。问题是,这种营销反映了部分电商经营者对消费者个人信息的过度采集和随意使用,以致在交易过程中损害了消费者的知情权、公平交易权、个人信息权益等诸多利益。因此,“大数据杀熟”的实质是一种算法“算计”,其最终目的是实现平台利润

的最大化。

治理“大数据杀熟”,难在哪?一方面,这一行为具有即时性、隐蔽性、模糊性和复杂性等特点,消费者缺乏必要技术手段,往往难以察觉。另一方面,维权成本高是难以逾越的坎。“大数据杀熟”通常集中在网购、出行、住宿等消费金额不大的领域,维权耗时又费力,大部分消费者会自认倒霉。即使有少部分消费者知难而上,仍会深陷举证困难、相关行为认定标准模糊等现实困境。

细化责任与约束手段是破解“大数据杀熟”的题中应有之义。从《平台经济领域的反垄断指南》规定判断标准,明确“大数据杀熟”可能构成滥用市场支配地位差别待遇行为,到《互联网信息服务算法推荐管理规定》建章立制,要求算法推荐服务提供者不得利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为,再到如今《条例》完善网络消费相关规定,实现行政法规中首次对差异化定价进行规范,关于治理“大数据杀熟”的“四梁八柱”正在不断搭建。

严肃查处以新技术、新手段侵犯消费者权益的行为,才能营造安全放心的消费环境,增强消费对经济发展的基础性作用。

来源:南方日报

## “破墙”不“破窗”,是“公园城市”该有的模样

7月3日,《新华每日电讯》发表题为《“破墙”不“破窗”,是“公园城市”该有的模样》的评论。

最近一段时间,全国多地的公园“破墙透绿”,受到公众好评。例如,上海世纪公园拆除了3000多米围墙,24小时对外开放;山东青岛对拥有百年历史的中山公园实施“拆墙透绿”,让市民走在路上就能与自然美景“撞个满怀”。这些举措进一步释放了公园绿地的公共空间价值,提升了群众的“绿色获得感”。

“进园出国都不用绕路了”“出门即见绿”“美景零距离”……社交平台上,网友对公园“破墙”充满好评和期待。近年来,国内众多公园经历了从收费到免费、从封闭到开放、从限时到24小时开放的转变,建设理念也从单个的“城市公园”升级到整体的“公园城市”。

所谓“公园城市”,就是要通过“破墙透绿”等措施,打破公园与城市的界线。不是用孤岛式的公园“点缀”城市,而是让城市“生长”在公园中,让市民游客能够自由自在、随时随地享受生态绿色的普惠福祉。

在“公园城市”理念下,需要“破墙”的不仅仅是公园。在上海,一些高校、机关单位的内部花园和绿地也逐步拆除围墙向公众开放,与城区、街区和社区融为一体。比如华东政法大学长宁校区拆除了围墙,与市民游客共享苏州河景观步道。这些高品质的公共空间,既回应了城市建设“以人民为中心”的命题,也展示了“城市,让生活更美好”的现实图景。

通过“破墙”提升公共空间品质并

非一蹴而就。园中花草怎么维护?游园安全怎么保障?宠物进来后影响游客怎么办?这些问题不解决,会制约公共空间开放的步伐。

在现实中,一些矛盾已经开始显现,其中的管理“破窗效应”值得警惕——有人打破了一扇“窗户”,如果没有及时修复和引导,就会导致更多“窗户”被破坏。

记者在采访中注意到,一些公园刚刚“破墙”,部分沿街草坪就被踩出了“斑秃”;原本出于游客安全考虑,不允许自行车进入的公园,开始出现有人骑自行车闯入。

“公园城市”不是管理者唱独角戏,需要和市民游客双向奔赴。一方面,有赖于市民游客的爱护配合。公园张开怀抱,游客报以文明自觉,不攀花折枝、不乱扔垃圾、不踩踏草坪、不惊扰野生动物,见到不文明行为也能及时劝阻。

另一方面,也需要公园管理者提高管理能力。公园管理者可以因地制宜地做出调整,不断适应市民游客对公园“破墙”后的新需求。例如,为带宠物的游客专门设置一个宠物区,在台阶、易磕碰地区设置警示牌,引入物联网等先进技术对公园进行智能化管理等等。

此前,上海在调研基础上出台《上海城市公园实行24小时开放的管理指引(试行)》,体现出公园管理者与市民之间良性互动和共享共治的理念。

“破墙”只是“公园城市”建设的开始,只有管理不“破窗”,让市民游客见绿亲绿的需求和公共意识的提升实现正向循环,美丽和谐的城市家园才能越建越好。

来源:新华社



资料图片