

□评论员观察

民生无小事,枝叶总关情。燃气以及水、电、暖,直接关系群众的冷暖温饱,相关企业必须积极承担社会责任,克制逐利冲动,绝不能为了经济效益践踏法律法规。对重庆燃气集团的调查无异于一记警钟,让更多的民生企业牢记“民”字当头,真正做到为人民服务。

重庆燃气调查情况,无异于一记警钟



□评论员 沙元森

4月19日晚,重庆市召开燃气调查情况新闻发布会。联合调查组通过现场核查、试验检测、数据比对、专家分析研判、典型案例实证等方式,逐条核实情况,查明重庆燃气集团等燃气企业确实存在部分市民反映的多计多收燃气费等问题。

错抄和违规估抄的问题触目惊心,仅重庆燃气集团沙坪坝分公司2024年以来,因手动录入错误、未入住估抄错误、长期未成功入户抄表造成累计抄表数按更高阶梯价格收费错误,就造成了1400多

笔问题收费,涉及气量达到40多万立方米。此外,燃气企业还存在燃气计费周期混乱、价格政策执行不到位、换表工作组织无序等问题。

对问题产生的原因,调查组进行了剖析——工作力量严重不足,部分燃气企业内部监督管理不到位。但是,如果从思想根源上找原因,还是燃气企业服务意识淡薄,与民争利所致。燃气行业是公用事业的重要组成部分,与群众日常生活息息相关。燃气企业如果背离为民服务的初心,就会滥用市场支配地位,损害用户权益。

冰冻三尺,非一日之寒。关于多计多收燃气费的投诉只是在近期爆发,而问题可能潜伏已久。企业唯利是图,就会放任工作人员敷衍了事、弄虚作假,由管理

上的“跑冒滴漏”酿成“管涌”“塌方”事故。

对已经调查确认多收取的燃气费,调查组责成燃气企业全额退款,上级机构决定免去燃气企业主要负责人的职务。这是对损害群众利益问题的有力纠治。接下来还应该顺藤摸瓜,追究行业主管部门、市场监管部门的相关责任,避免问题反弹复萌。

民生无小事,枝叶总关情。燃气以及水、电、暖,直接关系群众的冷暖温饱,相关企业必须积极承担社会责任,克制逐利冲动,绝不能为了经济效益践踏法律法规。对重庆燃气集团的调查无异于一记警钟,让更多的民生企业牢记“民”字当头,真正做到为人民服务。

□来论

别迷恋“体考神器”,它在拿孩子的健康冒险

当下,全国初中毕业体育考试排上日程。媒体记者调查发现,号称“体考神器”的兴奋运动液“重出江湖”,有关学生相约购买的信息在网络平台流传,部分网购平台相关产品的销量达数万。

而另一方面,多地教育主管部门指出,中学体考是对学生体质能力的考查,是鼓励学生通过体育锻炼来达到强身健体的目的,并非竞技类比赛,虽然不进行兴奋剂检测,但不建议学生服用。同时,如有老师推荐使用,将进行查处。

目前,网上有很多不同种类的产品打着“体考神器”的旗号进行宣传,它们大多宣称服用之后能“提升运动状态”“跑得更快”等。在商品评论中,有网友称“产品效果较好”“确实有效果,提了40多秒”,但也有网友称“心理作用很大”,甚至表示“东西贵,一点用没有”等等。更令人担忧的是,有学生服用后身体不适,被紧急送医接受了洗胃和输液治疗。

“体考神器”的作用为何如此“因人而异”?根本原因恐怕在于其“身份不明”。热销的“体考神器”以液体氮泵居

多。药店、诊所不会售卖氮泵,已经足以说明问题。有药店工作人员表示,该产品并无国药准字号及保健品“蓝帽”标识,所以不会售卖,也不建议给孩子服用。

可见,氮泵既不是药品也不是保健品,那么,它们到底是什么?很多商家表示,他们执行的标准均是国标GB24154,即《食品安全国家标准 运动营养食品通则》,也就是说,氮泵属于运动营养食品。所谓运动营养食品,是为了满足运动人群(指每周参加体育锻炼3次及以上、每次持续时间30分钟及以上、每次运动强度达到中等及以上的人群)的生理代谢状态、运动能力,及对某些营养成分的特殊需求而专门加工的食品。那么,中学生是否属于该定义中的运动人群?如果不属于这个群体,又随意摄入针对该人群制作的食品,显然有风险。

这也是有学生服用之后感到身体不适的原因。有专业人士表示,氮泵中的咖啡因含量较高,可能会使人出现头晕、心率过快等症状,特别是其中含有的β丙氨酸,虽然有降低运动疲劳的作用,但也会使人头脚

麻木及有针刺感。更令人担忧的是,一些产品的成分并未如实标注。比如,有的产品虽含有咖啡因,成分表中却未标注含量。这些没有被明确列出的添加剂,甚至不排除被认定为兴奋剂的可能。

既不是适合普通人群的保健品,其中的成分又有诸多疑点,对于处在生长发育阶段的青少年来说,显然还是不吃为妙。家长和学生想取得好成绩的心情可以理解,但贸然服用氮泵等“体考神器”,无疑是在拿孩子的健康冒险。万一孩子吃了以后出现问题,那就适得其反,后悔莫及了。

更何况,虽然中考并无兴奋剂检测环节,但是,体考就是为了检测学生的体质能力,鼓励学生通过体育锻炼来达到强身健体的目的。试图通过“体考神器”来取得好成绩,实际上是一种投机取巧。考虑到其中存在的风险,迷信“体考神器”实在太过短视。更好的方式显然还是帮助学生培养对体育的兴趣,养成运动的习惯。如此,既能顺利通过体考,又能让孩子一生受益。 据光明网

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

“坐购物车拍照”,勿越过公德底线

画里话外

□评论员 孔雨童 绘画 徐进

逛山姆超市一个多小时,就看到三四个成人穿着脏鞋坐在小推车里;打开社交媒体,很多人在分享坐超市推车拍摄的“美图”,甚至有人专门出教程教学“坐购物车拍照”……近日,一股“坐购物车拍照”风潮,在网络上引发争议。

超市购物车,顾名思义,是在购物时临时存放待购商品的;也有“乘坐”功能,但仅限幼童——不少购物车前侧有专门供小孩乘坐的车篮椅,使用时应将双腿伸出购物车。成人乘坐功能则不在此列。试想,成人穿着鞋子蜷坐其中,有安全风险的同时,脚踩他人日常放物品甚至食品的地方,很难说不是踩过了公德底线。

网络时代,我们生活的方方面面,常见一些被开掘的“新玩法”“新乐趣”。发挥创意、放松身心、激发活力,这些本可以成为有生命力的圈子文化。但过程中若不辨性质,不顾尺度的“一拥而上”,也



就难免“泥沙俱下”。近年来,远有“扎堆宜家睡觉”“成人试穿小码童装拍照”“抬共享单车上山挑战”,近有“穿脏鞋坐购物车”,不管不顾的自娱自乐,就容易成为社会秩序的破坏者,被诟病、被喊停甚

至被处罚。

在生活“玩法”的“创意赛道”,参与者应当好好注意下规则了,这并非只是游戏。公共领域,遵守公德、存有“边界”,永远都该是“自我快乐”的基本前提。

□观点

“纸面文章”要不得 优化营商环境要有“明白账”

一个镇半年内注册了200多家企业,有人半年时间开了6家公司,有的村支书名下注册了23家市场主体……多位山西大同阳高县的基层干部反映,当地几乎每个月都有新增市场主体数量的考核,乡镇领任务再分到村里,存在严重造假现象。

如此模式之下,数据好看了,但对经济发展一点实际作用也没有,老百姓得不到一点实惠。甚至由此会导致上级对该县经济发展情况形成误判,一味“铺摊子、上规模”,最终买单的还是基层老百姓。市场主体是从良好的营商环境里长出来的,而不是靠搞摊派、作假制造出来的。《优化营商环境条例》提到,应当以市场主体需求为导向。有必要问的是:当地在大力培养市场主体之前,有没有全面了解市场需求?是否结合了当地资源优势?有没有发布切实可行的政策扶持措施,让创业者感受到营商环境的暖意?如果脱离实际制定目标,效果就必然适得其反,最终只能落得个一地鸡毛。一些地方政府急着谋发展、促增长心情可以理解,但培育市场主体不能“一口气吃个胖子”,优化营商环境不能急于求成、急功近利。 据央视新闻

将群众挡在体育馆外 是没把公共利益放在第一位

近日,广东清远市英德市大湾镇的一位村民反映,原本对外开放的大湾体育馆现在不对群众开放,令村民感到不解。据媒体报道,2023年底,大湾镇政府突然将2019年建成的大湾体育馆划入政府宿舍区范围,并增设了门禁。此后,这里变成了政府工作人员专用的体育场地,日常基本闲置。目前大湾镇政府工作人员回应称,体育馆已对公众开放,最新进展以官方通报为准,但此事中值得辨析的问题还有不少。

当前,由上到下都在强调党政机关要坚持以过紧日子,让老百姓过好日子,要严控一般性支出,把有限的财政资金用在刀刃上,并强化预算约束防止铺张浪费。然而耐人寻味的是,之前有记者采访了当地文体部门:“镇政府搞那么大的一个体育馆光他们自己用啊?”工作人员回复称:“人家单位有钱,你又能怎么办呢?”当记者询问当地群众的运动需求如何满足时,该工作人员却说“缺乏建设资金”。财政资金的安排理应紧紧围绕人民群众最迫切、最关心的民生问题,当地却不开放原本对外的公共体育馆,这显然与人民群众对文体娱乐生活的需求相悖。说到底,这件奇葩事本质上反映的还是一些地方在财政、公共资源的安排和利用上,并没有真正把公共利益放在第一位。 据荔枝锐评

“群众发现19万个隐患” 令人倍感沉重

“去年举报查实的19万件,都是我们和有关部门平时不掌握的,可以说是群众帮助我们解决了19万个突出的问题隐患”——日前,应急管理部召开新闻发布会介绍安全生产相关重点工作情况,有关负责人指出,发动群众举报是安全生产治本攻坚三年行动的一项重要举措,去年查实19万件群众举报的问题隐患,查实率达到54.6%。群众举报创造了“六个新高”:举报数量高、举报隐患高、举报事故高、举报非法违法行为高、举报奖励资金发放高、举报查实数量高。希望各地区各部门用好这个手段,让广大人民群众推动安全生产工作发展。

群众的眼睛是雪亮的。安全生产领域的问题和隐患点多面广,鼓励群众担当安全风险的探测“雷达”、举报问题隐患,对提升监管治理效能十分必要。让群众监督成为安全生产风险预警机制的“基础设施”,充分发挥群众监督的“探照灯”作用,持续化解安全风险,守护一方百姓的安宁,最终受益的自然是全社会的所有百姓。 据工人日报