

K 铿锵杂谈
ENGQIANGZATAN

防患未然 杜绝偶然

□周培尧

随着夏日的到来，充气城堡这一儿童游乐设施便成了孩子们户外活动的乐园，然而，在给孩子们带来欢乐的同时，值得警惕的是，充气城堡也潜藏着不小的危险。近日，在泉港区峰尾镇镇城峰村金秋阳光海岸广场上，一个大型充气城堡被一阵狂风掀翻，支架散架，导致城堡内多名大人小孩受伤。事发后，当地民警、消防、120赶到现场救援，但不幸的是，还是有一名小孩离开了我们。（《泉州晚报》）

在网上搜索，发现相似的事故几乎遍布全国各地，而其中尤以2014年上海杨浦区宝地广场发生的事故为甚，该事故当时曾导致13名儿童受伤。一次次相似的事故在令我们感到痛惜之

余，也留给我们诸多疑惑：为何在资讯传播如此迅速的互联网时代，层出不穷的事故却没能让家长建立起必要的心理预警，更没能让相关经营者做足必要的防护措施，亦未能让相关监管部门及时填补这一安全问题的真空地带，从而导致事故如割韭菜般断不了根呢？

细究其原因，事故的发生首先与充气城堡这一游乐设施准入门槛低不无关系，因为相关经营人员普遍缺乏专业知识，对设施的日常维护往往只凭借经验，因此，游乐设施的安全更多只能寄托在其责任心上。其次，经营者常没有为充气城堡安装专门的固定装置，更多只是就地取材绑定在一些负重力不足的物体上，也为事故的发生埋下了不小的安全隐患。第三，由于充气城堡属于一种小型的儿童娱乐设施，不在国家的特种设备监管目录中，一定程度上存在着

监管空白。在没有外力日常监督的情况下，也就使得相关经营者进一步放松了安全这根弦。所谓“凡事预则立，不预则废”，看似偶然的一起起事故，常常是因为对细节这一魔鬼的一再纵容，便走向了个个令人扼腕的必然。

儿童事故是种意外事故中最为脆弱的一环，每每失守就意味着整个家庭的灾难，甚至会引发社会的连锁反应，这也是本次事故读者格外关注的原因之所在。暑假即将来临，儿童意外事故又将进入高发期，此次的儿童充气城堡意外事故无疑给我们及时提了个醒，儿童安全问题真正做到未雨绸缪、防患于未然，只有在每一起意外事故面前都做到举一反三，并于日常生活中的每个细节都绷紧安全这根弦做到警钟长鸣，方能斩断意外事故从偶然走向必然的非常路径。

营销不能走入恶俗怪圈

□屈旌

成都市青白江区政府北路上，两家相邻的虾店挂横幅互怼，一家挂出“隔壁虾×好难吃！”，另一家也毫不留情怼回去：“隔壁虾××更难吃！”过往路人感慨，现在竞争已经这么激烈了吗？没想到画风一转，两家竟是联手营销。监管部门认定商家涉嫌违法，责令整改。（《成都日报》）

世间美味难寻觅，总有套路惑人心。看似水火不容、当街对骂的两家店，背地里竟是哥俩好，一起炒，共享生意红火的喜悦。这样靠违背社会常态认知找刺激的“反向营销”，的确达到了吸引

眼球的目的，让这两家店在网上火了几个小时，但能否达到顾客盈门的终极目标，真得打一个问号。

且不说，监管部门已经认定，这种互毁商誉、传播误导性信息的行为，已经涉嫌违反《反不正当竞争法》《广告法》，就算二位老板对“负面炒作”食髓知味，觉得被罚不要紧，但这陈词滥调的招数，又怎么能糊弄身经百战、火眼金睛的吃货们？市面上虾子店这么多，大家干吗偏偏要掏钱去试两家互黑的店谁更难吃？

有网友一语戳破玄机，老板之意或许不在卖虾，只想相约火一把，直接变现。这个思路真的相当具有时代感。点击量、关注度与金钱的关系，从未如当下这般直

接和亲密。也正因为如此，很多惯用的网络营销手段，都纷纷落地，在线下开花。网上有黑粉大战博关注，线下有挂横幅互怼赚眼球；网上有水军刷评论，线下有雇托排队；网上有悲情营销讲故事，线下有亏本甩卖甩几年……无非都是只想着造势，而没有用心去做事，不但对不起消费者，还对不起售卖的商品。

无数案例早已证明，无论老字号还是网红店，要想长久经营，最终还是得产品和服务过硬，顾客信赖。造再大的声势，如果弄虚作假，盛名难副，当初骗来多少赞美，就最终会变成多少厌恶与嫌弃。没有赞自家好吃的底气，只有喷别人家难吃的浊气，这样的无聊营销意义匮乏，味同嚼蜡，不值得效仿。

再为“西瓜地图”叫声好

□李小将

6月4日，记者从市城市管理综合执法支队了解到，今年季节性瓜果市场摆放地段已经设定，市民要买瓜果，可以到市区21个临时性瓜果摊去买。（详见本报今日03版）

文中的瓜果主要指西瓜。近几年，每当西瓜大量上市时，有关部门都会划

定售卖临时摊位，而且成为规定动作，我们也习惯将其称之为“西瓜地图”。

“西瓜地图”体现了一种全新的城市管理和服服务理念，绘出了城市管理智慧。城市管理部门一改过去的“围追堵截”，引导瓜农有序进城，不但满足了瓜农卖瓜和市民买瓜的需要，而且避免了“脏乱差”和交通拥堵，可谓一举多得。

“西瓜地图”表明，城市管理和瓜农进城卖瓜两者之间并不矛盾。只要城

市管理者切实为瓜农着想，自然会赢得瓜农的理解与支持。按“图”卖瓜，瓜农卖得安心，市民买得放心，城市管理者也不再闹心。

胡辣汤

麻辣鲜香 开胃提神

H 画里有话
UALIYOUHUA

夏季天气炎热，游泳池内泳客着装清凉，人多时难免有身体接触。为避免尴尬，广州荔湾区一家游泳场效仿地铁女性专用车厢，推出女性专用泳道，男士进入将被劝离。对此举措，不少女性游客大呼方便，也有网友为此吵翻天，觉得这是性别歧视。（人民网）

每当对女性有“特殊照顾”的举措出现，总会成为有争议的新闻。性别歧视不是筐，我们没必要把某些简单的事物复杂化、敏感化。对于女性专用停车位、专用车厢、专用泳道等，大可以用平常心视之——如果不合理或者条件不允许，自然会消失；如果颇受欢迎、皆大欢喜，则可考虑推广之。

点评/韩浩月 漫画/王锋

每日速递

上合青岛峰会新闻中心 明日正式开放

上海合作组织青岛峰会新闻中心将于6月6日正式开放，为境内外媒体注册记者提供服务。

上海合作组织青岛峰会新闻中心副总指挥侯晓东介绍，新闻中心总建筑面积约3.5万平方米。根据运行需要，新闻中心共设立取证中心、咨询台、公共工作区、新闻发布厅、会议采访、通信保障等29个工作小组，职能涵盖媒体接待、采访、通信、交通、医疗、安全等全方位保障。

新闻中心6月6日和7日运营时间为8时至20时，6月8日为8时至22时，6月9日和10日为5时至24时，6月11日为8时至18时。

上海合作组织成员国元首理事会第十八次会议将于6月9日至10日在山东省青岛市举行。

据新华社

旅游领域严重失信者 将受联合惩戒

侵害旅游者合法权益、发生重大安全事故、破坏旅游目的地文物古迹……旅游经营者及其从业人员在旅游领域发生严重失信行为，将受到限制或禁止市场准入、限制融资和消费等联合惩戒措施。

根据国家发展改革委6月4日对外公布的《关于对旅游领域严重失信相关责任主体实施联合惩戒的合作备忘录》，为加快推进旅游诚信体系建设，加大旅游领域严重失信行为惩戒力度，国家发展改革委、人民银行、文化和旅游部等部门就针对旅游领域严重失信相关责任主体实施联合惩戒措施达成一致意见。

根据备忘录，联合惩戒的对象为文化和旅游部根据相关法律、法规、规章及规范性文件等有关规定公布的存在旅游严重失信行为的相关责任主体，包括旅行社、景区以及为旅游者提供交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等服务的经营者及其从业人员。

旅游领域严重失信情形包括：旅游经营者和旅游从业人员因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的；旅游经营者发生重大安全事故，属于旅游经营者主要责任的；旅游经营者和旅游从业人员因侵权、违约行为损害旅游者合法权益，被人民法院判决承担全部或者主要民事责任，或拒不执行法院判决的；旅游经营企业主要负责人和旅游从业人员因侵害旅游者合法权益，被人民法院判处刑罚的；旅游从业人员在执业过程中，因扰乱公共交通工具秩序、损坏公共设施、破坏旅游目的地文物古迹、违反旅游目的地社会风俗等行为，受到行政处罚或法院判决承担责任的；旅游经营者和旅游从业人员侵害旅游者合法权益，造成严重社会不良影响的；旅游经营者和旅游从业人员违反法律法规的其他情形。

根据备忘录，联合惩戒措施包括：限制或禁止失信当事人的市场准入、行政许可；对失信当事人加强日常监管，限制融资和消费；限制失信当事人享受优惠政策、评优表彰和相关任职等。

据新华社

