

# 老人有陪护才能进公园:甩锅还是变相多收门票?

□ 梅莹

菱洲曾是南京玄武湖公园最热闹的地方,也曾陪伴了几代南京人的成长。6月1日,玄武湖菱洲生态乐园终于正式回归,不少南京人举家前往打卡怀旧。然而,拒绝70岁以上老人单独入园,120元/人的高票价等规定,却遭到了不少市民的吐槽。

有老人抱怨,“30年前,我们是带儿女过来玩的,回忆挺美好,现在想带孙辈再来看看。原本听说70岁以上老年人能免费,谁知道还得儿女当我的‘监护人’”。引发民众质疑后,涉事公园回应称,要求老人实行“陪护制”主要是出于安全考虑。

七旬老人免费入园,本是好事,但要求持全票的成人监护人同行,还提出

一名成人监护人只能陪同一名免票老人的附加条件,未免失之严苛。

细究起来,有类似规定的,涉事公园确实并非首家。如2018年9月,郑州某乐园要求年龄70周岁以上(含70周岁)的老人、残障人士可免费入园,但须持有成人票的成人陪同,无陪同者需购10元观光票。理由也是“出于安全考虑”。

不可否认,由于高龄老人在身体方面的特殊性,一旦在景区内出现意外,在赔偿责任方面确实与景区引发经济纠纷。出于回避风险的考虑,景区出此“下策”有其无奈之处。考虑到有些景区部分刺激的游乐项目存在危险性,对游客有所限制也无可厚非。

但就算是这样,公园单方提出“70

岁以上老人不能独自入园”的要求,也难言合理。注重休闲性基础设施供给的公园,跟那些游乐型景区终归有别。有些老人习惯到公园锻炼身体,身体硬朗,或是想去公园散心排遣无聊,压根就不需要人陪。

他们能不能独自进景区,应取决于民事行为能力,以“高龄”为由,一刀切地要求年过7旬者不准单独入园,也是变相剥夺其权利。考虑到子女较忙等现实因素,由于子女陪同监护的门槛不低,这会剥夺很多老人应有的入园机会,也有甩锅之嫌。

而现有的针对老年人免费的法规中,也都没有设置“禁止单独进入”的前置条件。

到头来,要求每个免费入园的老人必须有1个成人陪同,难免会受到质疑;这确定不是靠“捆绑”的方式多收门票?有网友就估算,“120块一张票,两个大人进去就要240块了,如果孩子们身高超过优惠标准,一家人玩一趟至少要花上三四百元。”

就算公园管理方所说,“如果每天有大批不受限制的老人入园,对买票游客的游览舒适度有很大影响”,那也可以通过采取预约等方式分流、控流、截流,以控制人流量。

说到底,公园无权拒绝老人“单独入园”。就算老人进公园会增加安全保障成本,也不能随意为其强加义务。(来源:新京报)

## 学三天就能上岗整容,谁在拿消费者健康开玩笑

□ 熊志



近日有媒体记者在湖北武汉暗访了一家曾被多次投诉的微整形工作室,其店主不但四处出诊进行微整形手术,而且开设“微整形医生”的速成班培训课程。店主和学员称,她们没有整形医师资格证,没基础的学个三五天可以上岗,干这一行比干任何一个行业挣钱都快,进200块钱的货卖2000块钱,一年挣一两百万很正常。

整容整形行业的类似乱象,相信大家早已不再陌生。今年年初,贵阳一名19岁少女隆鼻手术时意外死亡,时隔不久,安徽阜阳23岁网女主播因整容失败跳楼自杀,都曾引发广泛关注,且将整容行业乱象的严重危害后果暴露无遗。

不过如此次媒体记者暗访显示,整容乱象背后,一方面是极低的从业门槛,没有基础的学三五天就能够上岗,从业者的素质和水平参差不齐;另一方面是近十倍的行业暴利。

高收益低门槛的诱惑下,难免会有很多非专业人士铤而走险,哪怕没有从业资格,也要冒着

伤及健康的风险为那些爱美的消费者整容动刀,甚至通过相当业余的培训来敛财。

面对如此混乱的行业格局,指责消费者不理性并不合适。爱美之心人皆有之,事实上随着“颜值经济”的火热,整容整形已经是一种相当常见的行为,谈不上有何不齿。比如日前有媒体调查显示,近三成成人认为颜值直接影响收入,且00后中有13.33%的受访者认为自己微整类花费最高。考虑到整容市场的高速增长,更得对其中存在的乱象进行针对性的治理。

留意新闻可以发现,围绕整容相关的纠纷,多发生在整容机构。一般正规医院也有整容整形类手术,且往往由有资质的外科医生来完成,安全系数更高。然而市场上的大部分整容业务其实都是由整容机构完成,而这些机构很多都是私人作坊或者工作室,挂着美容体的招牌,且没有医疗机构许可证,甚至是分散在各居民楼中,给监管造成了极大的困难。

此前半月谈曾报道,整容行业的暴利甚至催生出一批“游医”——美容美甲店提供场地,“游医”来注射动刀,以此规避监管风险。整个行业的乱象还不止于此,包括一些有正规资质的整容机构,它们所使用的各类所谓韩国进口药物,也屡屡被曝光是三无假药。频繁上演的整容失败维权案,正是行业乱象叠加的结果。

而且得注意,当下整容业的受众正在逐渐年轻化,00后更加注重自己的外形外貌,容易被一些整容机构和网红的营销宣传套路所误导,踏上高风险的整容整形之路。这个消费群体识别风险的能力本身就比较低,维权意识还不够成熟,一不小心就成为无资质的整容机构猎杀的对象,甚至陷入“美容贷”等金融骗局,被连环收割。

学三天就能上岗整容,表面上看,是源于市场需求快速膨胀后形成了巨大缺口,鱼龙混杂的从业者得以进入,但说到底还是监管力度和行业自律度脱节的结果,由此导致一些美容机构打擦边球,在没有医疗许可的前提下,暗中进行整容整形的医疗项目。所以治理首先就得严格审核美容机构和从业者的资质,将整容整形按照医疗项目进行高规格的监管。

眼下正值高考结束,每年高考季,都会掀起一波考生整容的小高潮。对于那些有整容需求的考生,呼吁其理性和家长多沟通,同时更重要的是相关部门从监管层面对整容业进行严加治理。一味放任整容业继续野蛮生长,迟早会坑害更多爱美的年轻人。(来源:光明网)

## 『垃圾拒运』倒逼垃圾分类落地

□ 江德斌

我国已有多年的垃圾分类试点经验,现在到了质变的时候,需要迎难而上、严格落实,通过有效的督促引导,让更多人行动起来,培养垃圾分类的好习惯。

近日,浙江杭州海底捞绍兴路店被曝出因垃圾未合理分类,被城管局开出“垃圾拒运单”。海底捞总部称:未收到“垃圾拒运单”;门店垃圾桶被其他商户倾倒,导致分类不合格。城管局仍在正常收运这家“海底捞”的垃圾,并没正式施行“垃圾拒运”。根据要求,这家海底捞必须在6月10日前整改,正确分类垃圾。如果还没正确分类,就开“垃圾拒运单”,从6月11日开始拒收拒运;如果整改好,就不拒收。(见6月9日《都市快报》)

从媒体报道来看,“海底捞遭垃圾拒运”事件的实际情况,与网络传言在细节方面有些出入,相关企业并未被开“垃圾拒运单”,但确实存在垃圾分类不合格现象,需要进行整改。

《杭州市生活垃圾管理条例》第三十三条规定,“责任人不分拣的,生活垃圾收集、运输单位可以拒绝接收该区域的生活垃圾。”去年7月起,杭州启动了生活垃圾分类集中整治,仅一个多月的时间,就有6家单位被实施了垃圾拒运惩戒,被要求在规定的时间内完成整改工作,如果整改不到位,就要被罚款。

对于一家网红餐饮店来讲,每天会产生大量厨余垃圾,如果不能及时运走,必然会造成垃圾变质、异味弥漫的“灾难”,这将直接影响到顾客体验,造成客流下降、生意遇冷等后果。“垃圾拒运”虽为下策,但可谓掐住了餐饮企业的“七寸”,倒逼其正确认识到垃圾分类的重要性,正确分类垃圾。

从更广泛的意义上看,对于不按照垃圾分类标准实施垃圾分类的商家、社区,依照相关规定采取对应的处罚措施,十分必要。“垃圾拒运”就不失为一个有效的“杀手锏”。这一措施,除杭州之外,也被诸如广州、上海等其他一些地方写入了推行垃圾分类工作的相关规定。垃圾分类能否有效实行,关乎公众的生活环境质量,关乎资源的利用效率,也是社会文明水平的重要体现。眼下,垃圾分类重在通过大家齐参与的手段落实相关规定,只有分类理念深入人心,大家都自觉遵守分类标准,垃圾分类工作才能得到逐步推进。(来源:工人日报)

## 网络问诊不能是一锤子买卖

□ 秋实

近日有媒体报道,用户花费450元通过网络问诊平台向儿科医生咨询,得到的回复却是“最好带孩子来看一下专科门诊”,这样的回复让用户觉得“质次价高”。记者调查发现,类似的投诉可以找到不少,主要集中在“互联网问诊医生的回复慢、回复内容对治疗没有帮助”几个方面。

近年来,随着互联网诊疗的快速发展,一批网络问诊平台应运而生,这个领域也成为消费投诉的“重灾区”,据某网络问诊平台的统计数据显示,该平台

线上申请退款的患者当中,有75%最终得到了退款。可见网络问诊平台也难以认可线上问诊的服务质量。

网络问诊让患者难以满意,有其客观原因。比如,网络问诊没有现实诊疗直观,医生不容易收集到患者的信息,更无法随时通过检查来获取患者的健康状况数据。此外,对于网上诊疗,目前规定只能咨询,且只能针对复诊。再加上网络处方药解禁,倘若没有患者身边的实体医疗机构或药店提供帮助,线

上诊疗很难做到对症下药,只能开展“话疗”,对病情稍微复杂的患者,只能建议其到院就诊。

但网络问诊有局限,并不意味着“质次价高”就合理。既然收费高昂,就不能仅用三两句话将患者打发了事,而是要突破局限,为患者提供与收费相符的服务。假如医生有较强的服务意识,也是完全可以提高网络问诊服务质量的。在现实生活当中,医生为家人或朋友提供的一些建议,其价值就非常可

观,即便最终结果仍是建议患者到医院诊疗,也可让他们少走许多弯路,对于患者的帮助也是很大的。

现实诊疗中的每一项医疗活动,都有对应的质量标准,医疗系统会定期对医疗质量展开评估,医保部门与患者也会对医疗质量进行监督,若未能达标,医生会因此承受相应的压力。当前网络问诊并没有建立起这样的质量标准,给医生留下了敷衍的空间,因而出台网络问诊质量标准很有必要。

网络问诊不能成为一锤子买卖,一次网络问题收费数百元可以理解,但前提是,服务必须质有所值,诊后更需给予患者一段时间的跟踪,这不仅是患者所期望的模式,而且有利于网络问诊的长远、健康发展。(来源:工人日报)

## 日本网红眼药水引争议,买药勿人买亦买

□ 罗志华

通过海淘或代购入境的药品,却没有进行符合国内标准的分类,如此一来,就可能出现认知偏差和管理漏洞。

我们平常出国旅游除了参观景点放松心情以外,购买一些当地的特产和纪念品也是必不可少的环节。近几年,日本的药妆店就特别受到游客们的青睐。不过,这些遭到疯抢的网红药妆,最近也暴露出了一些问题。据中国之声报道,一些在日本受欢迎的网红眼药水,在今年4月就已经被加拿大列入了禁售名单。

近年来日本“网红”眼药水在国内越卖越火,不仅海淘或代购的人较多,而且国内网站也很容易买到。有国内专家指出,卖得最好的几款日本“网红”眼药水,内含名为“四氢唑啉”的肾上腺素类药物,具有较强的毒副作用。其实早

在多年前,国内医学网站就曾刊文指出,这类眼药水具有很强的肾上腺素类药物作用,可导致血压升高,加重心血管或内分泌疾病。

一边是“网红”标签,一边是国外禁令和国内专家质疑,究竟该听谁的,很多消费者为此犯了难。由于这几款“网红”眼药水的销路很广,对其负面的报道就很容易引发广泛关注,因此,此消息一出,相关新闻就被推上了热搜榜。

不少消费者将这几款眼药水当成普通药水,用于缓解眼疲劳或眼睛干涩等方面,但它属于针对性很强、使用范围很窄的一款眼药水,只能用于特定的眼疾患者,假如将这款药水的的使用范围无限泛化,相信绝大多数使用者不仅看不到预期的效果,反而可能被其毒副作用

所伤害,甚至自己对此还一概不知。

“网红”标签是这几款眼药水持续受到追捧的一个重要原因。然而,其他商品跟风消费或许可问题不大,但药品是特殊商品,关系到生命与健康,不应该人云亦云、人买亦买。消费者听不到质疑之声,或与质疑之声不够强烈有一定关系,因此,科普与宣传应该发挥更大作用,让消费者选择更趋理性。

还要看到,国别不同,药品分类管理的办法也存在很大的差异。比如在日本,药品主要分为第一类医药品、第二类医药品、第三类医药品。这与国内将药品分为处方药和非处方药两大类的分法不同,日本的第一类医药品相当于国内的处方药,但并非完全等同。假如通过正规渠道进口日本药品,首先要对

药品进行重新归类。然而,通过海淘或代购入境的药品,却没有进行符合国内标准的分类,如此一来,就可能出现认知偏差和管理漏洞。

日本生产的很多“网红”眼药水,都属于国产制剂。在国内没有相应的眼药水,而国产肾上腺素类眼药水,不少都属于处方药,而处方药是不允许通过网络销售的。因此,这类日本“网红”眼药水是否应该归于处方药的范围,是一个值得探讨的问题。既然这类眼药水的毒副作用较大,将之纳入处方药的监管范围合情合理。若如此,则不仅可以更好地堵住其网络或代购等销售渠道,而且还能提高民众对其毒副作用的认识,为这类“网红”眼药水泼上一盆冷水。(来源:新京报)

6月8日下午,高考最后一场考试结束,安徽合肥十中考点大门口,考生陆续走出考场。一位身着黄色T恤的高个小伙径直走向人群,突然在妈妈面前跪了下去,高声说,“妈,谢谢您,这些年您辛苦了”。母亲见状,双手抱住儿子的头,哭了出来。

这一幕正好被住在附近的摄影爱好者拍了下来,周围很多家长都哭了,网友们也纷纷表示“隔着屏幕都被感动了”。很多人不由想起前年发生在山东淄博工业学校门前的一幕:当年高考结束最后一门考试后,一名学生走出校门缓缓转身,向着学校的方向深深鞠了一躬,这饱含深情的鞠躬,感动了很多人,戳中了很多人心中的那份关于“感恩”的记忆。

羊有跪乳之恩,鸦有反哺之义,感谢父母师长的养育教诲之恩,本是人之常情,但在物质化、快节奏的时代,一些人缺失了这份感恩,或者不知道怎样恰当表达出来。感恩是内心真情的自然流露,真正的感恩教育应当“随风潜入夜,润物细无声”,而这样的感恩无疑更令人深受触动。

以安徽考生跪谢母亲为例,这突然一跪直击人心。一个大小伙子,正是自我意识极其强烈的时期,看似寻常的一跪,可以想象其内心所经历的“爬坡过坎”。虽谈不上什么惊天动地,但在大庭广众之下,却足以震撼人心。从这个意义上讲,无疑是一堂最生动的“感恩课”。高考固然结束了,但人生无处不是考试,这场“加试”该得满分。

当然,感恩父母不一定都要用下跪这种方式,如何把握心中的大爱大声表达出来,才是关键所在。常言道,“大恩不言谢”,国人大多崇尚含蓄,对于感恩往往讳莫如深。殊不知,心中有爱,就应该大声表达出来,这样才能充分传递爱意。老师和家长,有必要引导孩子及时表达自己的感恩之情:得到别人的帮助,记得说一声“谢谢”;向别人问路,记得说一声“谢谢”;父母师长的无私关照,更应该由衷地说一声“谢谢”……

懂得感恩是收获幸福的源泉。常怀感恩之心,在心中播下仁爱和感恩的种子,收获的将是丰厚品德和奋进人生。学会感恩,无需动辄跪拜,但不妨从一声温馨、真诚的“谢谢”开始。(来源:北京青年报)

## 整治『号贩子』医院莫忘主体责任

□ 张智全

近日,北京三家知名医院的负责人因“号贩子”整治不到位被约谈。据了解,中央督导组督导北京市卫生健康委扫黑除恶专项斗争工作后,市卫生健康委针对发挥行业作用治理“号贩子”乱象整改的问题和薄弱环节,制定了立行立改工作方案,明确要求医院在“号贩子”乱象的整治中,切实履行主体责任。(6月10日《北京青年报》)

众所周知,医疗“号贩子”不仅扰乱就医秩序,还挑战公民在获得医疗服务上的公平权利,蚕食市场的公平法治与法治守护权利的有效性,既是市场与法治的共同大敌,又是不折不扣的医疗“毒瘤”。虽然近年来相关职能部门对“号贩子”的打击力度一直是“水涨船高”,但“号贩子”乱象仍未杜绝,凸显了其整治的艰难。在此番现实语境下,强调医院履行整治“号贩子”乱象的主体责任,无疑具有极强的现实针对性。

平心而论,“号贩子”作为优质医疗资源配置失衡所催生的怪物,医院也是其中的受害者,如果将“号贩子”乱象整治不力的责任全部归咎于医院,显然有失公允,但这并不意味着医院没有任何责任。实际上,“号贩子”乱象的蔓延,都或多或少地与一些医院怠于履行主体责任相关。

现实中,不少“号贩子”明目张胆地在一些医院倒卖挂号单,一些医院不仅熟视无睹,反而还以“民不举官不究”为由推卸责任。近年来“号贩子”在不断加码的打击下依然招摇过市,一些医院怠于履行主体责任的身影总能窥一斑见全豹。毫无疑问,一些医院这种置身事外的不作为,是对“号贩子”肆意妄为倒卖挂号单违法行为的默许和纵容。在这种情况下,压实医院主体责任,实乃整治“号贩子”乱象不可或缺的有效选项。

尤其值得注意的是,一些医护人员失却基本职业道德,为了蝇头小利不惜与“号贩子”沆瀣一气,里应外合地倒卖挂号单,更是助长了“号贩子”有恃无恐的嚣张心态。面对一些医护人员与“号贩子”合谋形成的灰色利益链条,按照正常逻辑,医院应当旗帜鲜明地“不护犊子”,遗憾的是,不少医院都对甘当“号贩子”帮凶的医护人员不愿祭出惩罚大棒。即使面对舆论压力不得已对“内鬼”开刀,其惩处也大多止于“罚过地皮湿”的层面,这在无形中推波助澜地助长了“号贩子”乱象的蔓延。

故此,强化医院主体责任,倒逼院方对危害巨甚的“号贩子”及时予以重拳整治,也就势在必行。一方面,医院要切实扛起守土有责的大旗,以积极的主动作为,进一步完善医疗管理制度,让“号贩子”无隙可乘,并对充当“号贩子”帮凶的某些医护人员坚决零容忍。另一方面,监管职能部门要对一些医院消极履行主体责任的不作为及时祭出惩戒利剑,迫使其在责任追究的压力下如履薄冰当好“守门人”,从而最大限度地压缩“号贩子”在医院非法牟利的生存空间。

当然,“号贩子”乱象的蔓延是多种因素相互叠加交叠的结果,对其进行有效整治不能仅凭医院主体责任的履行,还必须明白,医院履行主体责任始终是整治“号贩子”乱象的基础。只有让医院履行主体责任成为标配后,才能使“号贩子”乱象的整治走得更远,而不至于功亏一篑。(来源:北京青年报)

## 考点外跪谢母亲这场『加试』该得满分

□ 胡欣红