



媒体聚焦

中国青年报：
药品说明书
为何不能“落落大方”

据《法治日报》报道，近日，记者在医院随机采访20名患者（其中12名为老年患者），患者们一致反映药品包装盒上生产日期、有效期的字太浅看不清，并且药品说明书上的字实在太小，里面大量专业词汇让人看不懂。

药品说明书看不清，最让人担心的是老年人的用药安全。因为很多老年人的视力并不好，普通的字尚不能看清，更何况是字体缩小、颜色变浅的药品说明书。用药安全无小事。老百姓常说“是药三分毒”，这份朴素的认知有一定的科学性。如何让药品安全地为人所用，正是药物研发中的重要环节。这些药物研发工作的成果，最终落在了药品说明书上，药品使用剂量、药品有效期、药品储存方式等信息应该清楚展示。据了解，相关部门正在解决这个问题，国家药监局已经公布了第三批药品说明书适老化及无障碍改革试点名单。

南方都市报：
花钱买监督
可以体验不必依赖

在网上花钱购买“监督员”监督自己学习，成了一种新兴备考辅助手段。包括规律生活、减肥健身等需要各类“监督”服务商品不少，价格也不尽相同，最便宜的单日体验打卡监督只需7元，特聘老师全面监督一个月超1400元。

花钱雇人监督自己学习，这是件新鲜事，也符合部分年轻人的思维与生活习惯。从心理需求角度看，这是消费者对“权威效应”的一种追随，因为在对“监督员”的描述里，充满了“高分上岸的优秀师兄师姐”“真人学霸”“211、985高材生”这样的词句，购买者会得到一定的心理暗示，觉得有这样“权威”的监督，能带来立竿见影的效果。作为一项带有趣味性的服务，“购买监督”可以当作一次体验行为，花很少的钱来对自己的耐心与恒心进行一次检验是可以的，聘请昂贵的“监督员”就真的没有什么必要。所谓“一屋不扫，何以扫天下”说的正是这个道理。

北京晚报：
下单送娃上学
“跑腿”不能跑偏

近期，家长请跑腿小哥送孩子上学现象引发热议。有家长认为骑手有平台保障，让他们送孩子靠谱，也有人认为把孩子交给陌生人不放心。据报道，多家提供跑腿服务的平台明确回复：人不在可配送物品范围内。

让骑手帮忙送孩子，乍看起来挺有创意。但仔细想想，一个敢下单，一个敢接单，家长和小哥心都够大的。家长送孩子上学是为了安全，但无论跑腿小哥骑得快慢，都难保不会出现紧急情况。凡此种种，一旦有点磕碰，责任往往不好认定。同样令人担忧的是这一交易背后的法律风险。平台已经明确，人不在可配送物品范围内，骑手私自接单接送孩子很可能构成非法营运。叫跑腿小哥送孩子不能提倡，但家长送孩子的难题也应该得到重视。近年来，不少城市因地制宜，打通了接送孩子上学的堵点。比如，北京等地开通“通学公交”，家长可以实时监测孩子乘车状态。多些这样的通学方式，家长自然不用剑走偏锋找跑腿小哥了。

越是旅游形势向好
越要守住安全底线

瞭望塔

□据《北京青年报》

近年来，一些以刺激体验为卖点的文旅项目兴起，玻璃栈道、玻璃吊索桥、“步步惊心”等代表项目逐渐成为景区吸引游客目光、提升自身竞争力的新宠。而如何保障这些游乐设施的安全性已是摆上桌面的新问题。国务院安全生产和消防工作考核巡查组日前派员前往安徽芜湖某景区开展明察暗访工作时发现，一处位于高空的玻璃平台未设有完全封闭防护栏，一些地方仅在平台底部设置了兜网，存在游客坠落风险。尽管如此，这里成了不少游客钟爱的“天空之境”，让人不禁捏了一把冷汗。

据景区方称，这是为了不遮挡镜头，方便游客拍照打卡。为了迎合游客，景区竟然忽略安全风险，随意给防护栏开口子，这是典型的因小失大。如果不是这次国务院组织考核巡查，此处的安全风险何时才能消除？其他景区是否存在类似情形？还有多少安全漏洞亟待堵上？这些问号亟待追问。

警钟长鸣，方能行稳致远。此事再次警示各景区：在投资建设游乐设施时，不可盲目打造“刺激招牌”而忽略安全风险。已上马的景区游乐项目，尤其是玻璃栈道等新业态应时时处处坚守安全底线，绝不能随意开口子、留空当。

安全是个“易碎品”，需要各方精心呵护。近年来，新的游乐项目层出不穷，一些景区的游乐设施“带病”上马运营，相关安全事故时有发生。对此，各地相关部门应举一反三，深刻汲取教训，有针对性地采取严格监管措施，加大对违法违规行为的惩处力度。建立完善指导服务机制，督促引导各景区认真履行安全生产主体责任，定期对各类游乐设施进行检测、检修和维护，从项目立项审批，到日常运营维保，再到应急处置，堵住每一个环节的安全漏洞。同时，加强对景区经营者和从业人员的教育培训，引导他们树牢“一失万无”的底线思维，坚决摒弃“捡了芝麻丢了西瓜”的短视行为，扎紧游乐设施安全口子，确保“万无一失”。

此外，国务院考核巡查组专家表示：“新兴游乐设施仍待填补标准规范空白，景区经营方不能一心打造‘刺激招牌’而忽略安全风险。”各地相关部门要充分发挥主观能动性，齐心协力解决好标准从无到有的问题，把标准立在前面，为新业态旅游项目健康发展系好“安全带”。在此基础上，还应考虑到新生事物是动态发展变化的，一套标准不可能管一辈子。要着力解决安全标准从有到优的问题，针对新问题、新风险动态丰富内容。通过持续补充优化，下好安全生产“先手棋”，夯实防范风险坚固屏障。

2025年即将到来，节日气氛越来越浓，假期旅游市场的热度明显上升，不管是国内游还是入境游，旅游产品预订量都明显上涨。数据显示，2025年1月28日至2月4日，入境游订单同比去年增长超1.5倍。

越是旅游形势向好，越要保持确保安全的理性与冷静，越要把风险控制隐患形成之前、将隐患消灭在事故前面。各景区都应扎实做好前瞻性研判，提前部署应对措施，扎实开展各类游乐设施隐患排查和维护保养，切实将防范化解重大安全风险的各项工

作做实做细做好，确保有“景”无险，让游客乘兴而来、满意而归。

热点话题

真实透明的信息，建立在完善相关法律法规体系基础之上，并通过市场监管部门的严格执法来实现

含绒量随意写，“羊毛”到底出在谁身上？

一些批发市场中，或是热闹的直播平台上，“物美价廉”的山羊绒产品销量十分可观。

但据央视《财经调查》报道，羊绒产品价格“亲民”的背后却另有隐情。一些商户从工厂进“白坯”贴牌，将原本羊绒含量极低的羊毛、羊绒混纺针织品打上100%山羊绒的水洗标，伪造检测报告，虚标羊绒含量，用浣熊绒冒充羊绒。有辅料店工作人员透露，水洗标上的含绒量想写多少都可以，完全取决于羊绒衫的价格定位，想卖贵些就标高些。除了水洗标，吊牌、合格证上面的填写内容也完全由商家自行决定，肆意更改。

羊毛变羊绒、标识随意写，无疑是弄虚作假、欺骗消费者。吊牌、水洗标、合格证的存在，就是为了将真实情况提供给消费者。倘若根据含绒量标价异化成了根据商家意愿标价，那么所谓的羊绒衫就成了“挂羊头卖狗肉”，不过是满足商家一己私欲的工具。大量标注着与实际成分严重不符的羊绒衫流出，使得市场秩序也遭到扰乱和破坏。

材质上，羊毛未必出在羊身上，但营销上，却想羊毛都出在羊身上。部分商家号称“忍痛”卖



央视《财经调查》图

货，实际却靠“薅羊毛”赚得盆满钵满。为了更好卖货，甚至不惜和监管玩“猫鼠游戏”，被举报查封账号了，就迅速再起新号，继续公然售假。这样的保暖衣物，岂不让人寒身又寒心？

标识随意写，监管不能随意放。相关监管部门需加大对商家违法行为的处罚惩戒力度，遏制害群之马在市场里刮起的不良之风，维护消费者的合法权益，守护诚信的市场环境。不断延伸监管触角，才能形成倒逼效应，亮明依法诚信经营的底线。

要求以逐利为目的商家从

道德自律角度为消费者考虑，多少有些不现实。因而，对商家真正形成约束力的，只能是法律和消费者的选择——消费者的理性，建立在真实透明的信息之上，而真实透明的信息，则建立在完善相关法律法规体系的基础之上，并通过市场监管部门的严格执法来实现。

产品贵在品质、买卖贵在诚信。希望经营者明白，背刺消费者所真正刺伤的其实是其自身。含绒量有差别，但消费者的期望却不变，一直都是“货真价实”“物有所值”。评论员 韩静

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghpl@163.com