



媒体聚焦

正观新闻：
37天无调休无加班费？
再忙也不能做“法盲”

近日，网传珠海一公司要求员工连续出勤37日，且无调休无加班费，两员工当场提出离职，引起广泛关注。据红星新闻报道，当地人社局工作人员表示，已经通知劳动监察部门调查核实该公司是否存在违法行为。

若网传信息属实，则通知内容违反劳动法规定。遵照劳动法，劳动者每日工作时间不超过八小时，平均每周工作时间不超过四十四小时，用人单位应当保证劳动者每周至少休息一日。如有特殊情况，用人单位经过劳动行政部门批准，可以作出适当调整，但经协商延长的的工作时间，每月不得超过三十六小时。对于休息日安排劳动者工作又不能安排补休的，应支付不低于工资百分之二百的工资报酬。长期连续工作又“白加班”，身心俱疲的员工又如何对企业满意，为之积极奉献？用人单位须主动作为，让休假和拿加班费不沦为“纸面权利”，以及无奈又被动的“非自愿”。

北京晚报：
堵住药店里的骗保“黑洞”

参保人连续两年从同一药店购买术前特药，药量足够吃800天……近日，国家医保局发现，黑龙江哈尔滨4家药店存在伪造大量特药处方、诱导协助参保人虚假购药行为，涉嫌欺诈骗保。

据央视新闻报道，涉事药店售卖处方药时，压根儿没跟患者要处方；在应付医保局检查时，则拿出上万张字体相同、医生印章各异甚至连处方本都未撕开的假处方。特药及按“双通道”管理的国家谈判药，具备“三高”特点：临床价值较高，单价高，医保支付比例高。涉事药店把这类高报销比例的药品当作“唐僧肉”，借此大发横财，性质极为恶劣。上万张假处方，既是对公共利益的蔑视，也是对国家法律的挑衅。严查一事、一地中暴露出的骗保问题，释放出在全国范围内对伪造处方等欺诈骗保零容忍的鲜明信号。守好百姓的救命钱，始终是监管部门管理医保基金的重要原则。

羊城晚报：
饲养宠物也需
量力而行莫成负担

“我吃9块9的拼好饭，给宠物吃30块一盒的罐头。”这并不是一个玩笑话，而是当代年轻人的养宠现状。据《现代快报》报道，南京市民胡女士发帖称，自从养猫之后，她在宠物身上的花销占比越来越多了。

养宠物的人越来越多，“宠物经济”如火如荼。既然小猫、小狗等宠物可以为它们的主人带来精神上的抚慰、情感上的寄托，那么愿意为饲养宠物多投入一些，多花一些钱，也无可厚非。但事情总会有另外一面。很多人可能也是在无意之中算了一笔账，结果不算不知道，一算吓一跳。有人给自己买件衣服也是货比三家，挑便宜的买，给家里的狗买个喂食器却要七八百元。我们应该牢记饲养宠物的初衷，就是带给我们精神上的抚慰、情感上的寄托，如果因为饲养宠物开销过大，成为我们一项重要的经济负担和精神负担，就背离了最初选择饲养宠物的初衷。所以，饲养宠物也需量力而行，切莫让其成为自己的一种负担。

医院救死扶伤重地
岂是网红拍照打卡胜地

瞭望塔

□评论员 任思凝

近日，上海市第一妇婴保健院内的咖啡店在社交平台上火出圈，因其建筑外立面的欧式复古风格，吸引诸多网红达人、摄影爱好者等前来打卡拍照，有市民吐槽此举影响正常就医。10月15日，上海市第一妇婴保健院回应称，后续将在前期管理的基础上继续加强管理，对商业拍摄、长时间占据为患者提供休息的座椅、使用补光灯等大型专业设备等行为进行劝阻。（10月16日澎湃新闻）

医院环境优美，固然能够提升患者就医体验，但医院毕竟是救死扶伤的公共场所，其本质上是提供医疗服

务的地方。如今，诸多网红达人、摄影爱好者等拥入医院打卡拍照，显然是不妥的。这不仅影响患者就医诊疗，也损害了医疗机构的形象和声誉。

的确，妇婴保健院经过整体大修后，院内咖啡店颇具特色，许多人也想“一探究竟”。可是，上海是一座历史悠久的城市，拥有众多独具特色的建筑景观，这些人何为偏去医院打卡拍照？原因显而易见——与普通场所相比，在医院咖啡馆打卡，更能博取眼球、赚取流量。

某种程度上，在这些打卡拍照的人眼里，此时的医院，就是一个打卡地，而不再是医院。甚至，在社交平台上，还出现一种声音——咖啡店如果开在外面，倒也没有那么有特色，开在医院里倒是挺稀奇了。这究竟是一种什么心态？

网红达人等拥入医院打卡拍照，与医院方面的管理失职难逃干系。

要追问的是，院方是否对拍摄行为提出了明确的注意事项，以确保不对医院正常秩序和患者及其家属带来打扰？

起初只是网红达人、拍摄爱好者拍照打卡，如今，已有淘宝网店来此地拍摄服装，作为商品展示。若再不加以管理，可以想见，日后恐怕会有更多人来此打卡拍照留念，甚至是进行商业直播。那么，万一在拍摄过程中，患者、医护人员不小心入镜，其隐私该如何保障？是否会引起不必要的纠纷？

一言以蔽之，医院必须对各类拍摄行为，有明确的规范和把关，不断完善管理制度。同时，也希望公众能还医护人员和患者一份安宁，不要看到一点流量和热度就一拥而上。医院首先得是诊治疾病、救死扶伤的地方，这一点无论在何时都不该变。

热点话题

旅游市场正逐步回归原本的发展轨道，回到“万类霜天竞自由”的状态

网红城市消失了吗？
丰富城市内在价值才是关键

过去两年，“网红城市”约等于“泼天富贵”，曾经是旅游市场中令人艳羡的存在。然而，回顾今年的国庆假期，我们却惊讶地发现，网红城市好像消失了。多个平台统计数据显示，国庆期间热门城市榜单回归到北京、上海、成都、广州等传统旅游目的地。而TOP100热门目的地更是遍布全国，黄山、大同、临沂、张家界等榜上有名，却无一能引发如淄博、哈尔滨、天水或菏泽一般的轰动效应。

是“网红城市”这个词不流行了，还是网红城市真的消失了？

国庆期间网红城市的缺席，或许与假期较短有关。一个新景点或城市要想引发广泛关注，需要足够的时间在全网发酵。另外，随着基础设施不断完善和各地加强宣传推广，热门旅游目的地数量激增，新传播热点层出不穷，游客选择也越发多样化，“想你的风”不可能只吹到网红城市。但更深层次的原因，则在于旅游市场正逐步回归原本的发展轨道，回到“万类霜天竞自由”的状态。

旅游的目的是让人放松休闲、增长见识、沟通交流，看看大千世界，感受美好人生。它有很多种表现形式，休闲游、观光游、亲子游、乡村游、赛事游、商务游，或者跟着摄影团旅游、闺蜜组团游等，不同消费群体、不同旅游目的，都有对应的细分市场。

相应地，成为网红城市是旅游城市出圈的有效方式，但并不



游客在世界文化遗产地安徽省黄山市黟县宏村游玩（10月3日摄）新华社发

是城市发展旅游唯一可行的模式。网红城市爆火，很大程度上是旅游市场刚恢复时，消费者正处于决策初期，信息收集不足，恰逢短视频和社交媒体巨大的传播势能，从而引发扎堆现象。

经过两年多回暖，消费者需求和旅游市场基本恢复正常，各种类型的消费都活跃起来。游客们不再仅追求短期热度和流量，而是更加注重品质和体验，开始根据自己的需求和喜好选择旅游目的地。在这个国庆假期，我们看到了更具性价比的县城游成为热门选择，以及亲子游、文化游、红色旅游等多种形态均呈现出蓬勃发展的态势。这正是一个成熟健康的旅游市场应具备的多样化业态。

网红城市暂时“消失”，并不意味着它们不再受欢迎或者没有价

值。网红效应能在短期内让一个城市被看见，对城市发展具有显著带动作用。例如淄博、哈尔滨、天水，虽然这个国庆假期热度相较于巅峰期有所下滑，但依然高于成名之前。这说明网红城市效应能够在一定程度上促进城市长期发展，并非昙花一现。这次没上榜也别急，它们可能只是去补了个妆，换个姿势再红一次。

从长远来看，不论旅游以何种形式展现，其核心要素应始终围绕维护市场秩序与创新消费场景来进行，丰富城市内在价值才是关键。网红一时易，长红靠实力。就像一个明星的诞生，其魅力不仅源自一两部爆火剧的短暂走红，更得靠一部接一部的作品修炼提升，实现从流量明星到实力演员的跃迁。

据《工人日报》

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