



媒体聚焦

北京青年报：
“散装江苏”
这次咋能集体破圈？

这段时间，江苏正在举办城市足球联赛，人称“苏超”，球赛我没怎么看，但是球赛评论区我是一进去就差点儿没出来。这是一场由江苏13个城市参加的业余赛事，本来主办方还担心没人看，但踢着踢着就火爆全网了。

网上关于江苏一直有“十三太保”“散装苏大强”等梗，意思是说13个城市都很强，但谁都不服谁。这场“苏超”恰好给了他们“较量”的舞台，但这种“较量”不仅在球场上，也在球场外。在江苏，历来有谁是省内“老大”的比拼，现在“南哥”这个称呼可能也要另属他人了，因为南通在这次比赛中三连胜。但紧接着泰州的戴南镇打出横幅，江苏只有一个南哥——戴南，而且还备注了阿泰家的、镇级、400亿。看上去大家在“互怼”，实际上彼此之间都抱着一种开放的心态。和大部分产业不一样，文旅是一个让人松弛的行业。要想办法让群众玩起来，这回“散装江苏”集体就此作了很好的探索。

南方都市报：
3.5亿元博物馆被闲置
一拖再拖到底怎么治

据央视新闻报道，一个由江西省南昌市南昌小蓝经济技术开发区全额投资约3.5亿元的汽车博物馆，建成已经两年多，但经开区管委会下属的小蓝经投公司迟迟无法办完验收手续，部分设备正面临报废的风险。

一个3.5亿元的大工程有头没尾，恐怕是层层摆烂而非“节奏慢了”。小蓝经济技术开发区以汽车制造为主导产业，经南昌市南昌县委、县政府提出建设小蓝汽车博物馆，甚至多次将其列入年度重点工程和民生实事项目。但面对重点项目的落地，多方“踢皮球式”推诿、“躺平式”履职，面对突然的媒体监督，似乎一切都顺利起来，进一步暴露出内部监管责任的缺位。即便现在开始着急，恐怕拖延两年半的收尾工作只会更复杂，这无疑给有关部门再次敲响警钟，必须对“躺平式”履职强化监督与问责，落实求真务实的干事作风，避免“小事拖大、大事拖炸”。

羊城晚报：
“韦神”涨粉超2000万
是对知识英雄的集体认同

四秒视频，三句话自我介绍，千万粉丝蜂拥而至。北大“韦神”韦东奕的短视频账号甫一亮相，便在舆论场激起千层浪。在视频评论区，不少学生和家来许愿，有人称刷到“韦神”的账号太幸运，粉丝量已超2000万。

从履历来看，韦东奕堪称数学领域的传奇。2008年上高一的他参加第49届国际数学奥林匹克竞赛，以满分斩获金牌，次年再次以满分蝉联冠军，随后被保送北大，完成本硕博连读，毕业后成为北大助理教授，研究成果多次发表于国际著名数学期刊。耀眼的学术成就，为其走红奠定了坚实的专业基础。从个体走红到价值形塑，韦东奕以“不迎合”的姿态，打破了不少人对网红的固有认知，悄然塑造着流量时代的另一种偶像，见证中国社会对“知识英雄”的集体认同。

防晒衣不防晒？
监管的“紫外线”何时能更强烈

瞭望塔

□评论员 任思凝

6月8日，央视财经频道曝光了防晒衣市场乱象。部分宣称具有防晒功能的产品，实际防晒效果远不达标，甚至存在严重虚假宣传问题，涉及弋阳县信丰服装加工厂、新沂市服装加工厂等。6月9日凌晨，弋阳县市场监督管理局发布通报，已联合公安等部门连夜对涉事信丰服装加工厂进行现场检查，对相关产品进行查封并抽样送检，同时责令涉事企业暂停生产销售。

首先需要明确，“UPF50+”标识绝非装饰，而是具有法律效力的技术承诺。根据《纺织品防紫外线性

能的评定》国家标准，该标识意味着紫外线防护系数实测值必须严格达标，是生产者对消费者的质量担保契约。

然而，部分企业用紫外线感应卡误导消费者，甚至明知产品不合格，仍虚标防护系数。这种行为无疑触碰了法律红线，必须承担相应法律责任。

更让人感到气愤的是，涉事公司负责人被询问到真实的紫外线防护系数时，却一直强调“消费者又不会真的拿去检测，这个数值怎么写都行”。一句轻描淡写的“怎么写都行”，暴露出的不仅是相关负责人法律意识淡薄，更是对质量安全底线的公然践踏。

事实上，部分企业之所以欺骗消费者，一方面，消费者与企业之间存在不对等信息差——防晒衣功效、紫外线防护系数实测值等无法通过肉眼即时辨别，而消费者又高

度依赖产品标识所传递的信息作出购买决策；另一方面，企业造假的收益远高于被查处、赔偿的风险，久而久之，“劣币驱逐良币”便成为必然。

更深层面上，此类造假行为也消解了“符合性声明”制度的公信力。现代市场监管中，“符合性声明”能够保证效率、建立信任——生产者自我声明符合法规标准，监管部门进行监督抽查。然而，在相关利益驱使下，部分企业仍蓄意造假牟利。若放任此种行径，消费者则会陷入“即便‘有符合性声明’也不愿意相信产品品质”的恐慌，最终会破坏市场秩序。

诚信是市场经济的阳光。唯有让监管的“紫外线”足够强烈，让每一次“符合性声明”都经得起最严苛的检验，才能还市场以透明、予消费者以安心。毕竟，诚信本身，才是最有效的“防晒涂层”。

热点话题

无视人流，肆意耍酷，暴冲楼梯，是对自身生命的漠视，也是对他人安全的不负责

公共场所成炫技场
该为“速降少年”喊停了

公共场所不是炫技场，青春也不只有“速度与激情”。据《法治日报》报道，一群看上去只有十几岁的少年，骑着自行车，快速从人群密集的商圈、城市街道等公共场所的台阶、高坡等位置速降而下（骑手以极高速度从高处滑降），横冲直撞，吓得过往行人紧急避让。近日，这样一则视频被曝光后，迅速引发公众对“青少年速降骑行热”的关注。

我国《道路交通安全法实施条例》规定，驾驶自行车需年满12周岁，驾驶电动自行车则需满16周岁。视频中的少年是否达到法定年龄暂且不说，速降骑行本质上是一种极限运动，对于场地设置、装备水平、参与者技巧和心理素质等要求极高，一般选择在野外山地进行，不宜盲目复刻、跟风从众。

在一些城市商圈、公共楼梯等区域，无论是特定的坡度和障碍设置，还是相应的缓冲区间和安全防护措施，都不具备极限运动的场地设计条件。同时，相较于普通自行车，专业速降自行车在车身设计、运动特性上也有所差别，虽不是机动车，但高速俯冲带来的冲击力，成年人把控尚需谨慎，何况是青少年？

再者说，无论孩子是否年满12周岁，在缺少规范常识、防护工具、专业人士指导的情况下，速降自行车都不是未成年人的



《法治日报》图

运动首选。盲目下场“烧胎”“刷楼梯”，在公共场所横冲直撞，追求骑行的炫酷性，既将自身推至险境，也扰乱了正常的公共秩序，给来往路人带来了巨大安全隐患。

在当下的互联网平台上，时常能刷到一些“小孩哥”“小孩姐”的“炫技”视频。“炫技”的背后，既有流量的推波助澜，也有渴望群体认同的心理作祟。事实上，把冒险美化成青春，任性耍酷当作解放天性，实质上是一种畸形的“潮”。青少年还处于心智和认知尚未成熟的阶段，很容易给同龄人造成误导，在错误的反馈中带偏节奏，强化此类行为，进而形成“越危险越潮流”的竞逐风气，严重削弱安全意识，危害不容小觑。

杜绝此类危险行为，一方面，需要相关部门的刚性规则和

监管，及时制止危险行为，给未成年人拧紧“安全阀”；另一方面，要有学校和家长的柔性引导和安全教育，提高未成年人安全风险意识，用真实案例警示风险守牢安全底线，为孩子上好生命安全这堂课。再者，平台要打破算法规则和“信息茧房”，阻断相关视频传播，引导极限运动向专业化和系统化发展，发挥其在青少年体能锻炼、心理塑造和社交互动方面的积极作用，为青少年营造安全、健康的网络环境。

对于青少年来说，青春不是横冲直撞出来的精彩，公共场所也不是肆意炫技的舞台，真正的“酷”来自勇敢和激情，但别让冒险和冲动掩盖对生命的敬畏，生命只有一次，容不得侥幸，“速降少年”该“降速”了。

评论员 李福

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：zghhpl@163.com