



企业“休眠”制度的设立，不仅将使营商环境得到进一步优化，也给了难关中的企业一个“起死回生”的喘息之机，其背后的千千万万个岗位也会因此有了更多转圜余地，而这无疑也是“六稳”“六保”的需要。

——新京报:《“休眠”制度是为了让企业更好地“苏醒”》

所谓“黑红也是红”，就是不管自己的名声是怎么来的，是香的还是臭的，只要有名就好，名气越大就越好，因为这背后关涉到的是现实的利益。但是这种理念带给社会的，却往往是一些消极的东西。仍以马保国为例，自从他在擂台上被业余散打选手在几秒钟之内击倒在地那一刻起，其实他的所谓名声、形象早就荡然无存，但是他发现，输了似乎比赢了还要“划算”，因为赢了的人至今默默无闻，而他现在却是名利双收，红得发紫。

——北京青年报:《为何要坚决抵制“马保国式黑红”》



【本期话题】

一场马拉松 垃圾17吨

11月29日，2020南京马拉松暨全国马拉松锦标赛(奥运会马拉松达标赛)于7点30分鸣枪。赛道上，运动员与时间赛跑；赛道外，穿着橙衣的环卫工严阵以待。为了尽早将整洁如新的城市还给市民，按照解禁一段恢复一段的预案，千余名环卫人员奋战在保障第一线，15分钟完成一段赛道保洁，当天共清理垃圾17.35吨。你怎么看？

【议论纷纷】

①鹿阳:这个现象里包含了种种反思，其中包括面对这样的事情，除了网络上的一片嘘声，我们还要做点什么；如果再有这样大型的比赛活动，组织方在环境保护方面的措施与应对；而作为每一个人，我们是否应该从自己做起，把文明作为一种准则去要求自己。

②李维:跑一场马拉松，除了汗水和脚印，什么都不要留下；跑一场马拉松，除了带走奖牌，还要带走垃圾。

③王政:“环保马拉松”可以通过现代科技手段实现，也需要通过赛事组委会绣花般的细心、耐心和巧心提高管理服务的精细化水平，做到“未雨绸缪”。

【下期话题】

绿皮车该不该全列禁烟

近日，山东的王先生在乘坐济南到北京K102列车期间，因六个多小时的旅程一直在呼吸二手烟，中途向列车乘务人员求助后也没能解决问题。行程结束后，王先生就向法院递交了诉状，要求负责承运K102次列车的铁路公司取缔吸烟区并承担赔偿责任。关于绿皮车该不该全列禁烟一事，网友们说法不一，对此，你怎么看？

禁止声音外放 不能因“执行难”而不施行

□王旭东

4G、5G时代，使用电子设备播放视频、浏览短视频成为不少人乘坐公共交通工具时消磨时光的首选。但是外放音量引发的“民怨”在近年来迅速升温。对此，国内多个地铁先后颁布地铁“静音令”。2020年12月1日起，上海地铁正式要求乘客在车厢内使用电子设备时，禁止外放声音。

(12月1日 界面新闻)

明知“执行难”，为何还要施行“消音令”？在地铁里禁电子产品外放声音，有不少地方已施行，其中最头痛的问题是，不好执行！目前最管用的办法就是“劝阻”。如果单纯从执行效果这一角度看，显然是不理想或不够理想。已施行的是按下“继续键”，还是按下“暂停

键”？未施行的是按下“启动键”，还是一直保持未启动状态？当然，不同的城市可以有不同的选择，但是，需要提醒的是，不能因为“执行难”而不施行。

规则慢慢生效，乘客“且行且适应”。从《北京市轨道交通乘客守则》和《关于对轨道交通不文明乘车行为记录个人信用不良信息的实施意见》实施两个多月的情况来看，北京市轨道交通不文明乘车行为有所减少，累计制止劝阻不文明行为1476起，发生轨道交通不文明乘车行为的乘客均听从了地铁工作人员或轨道执法人员的劝阻，没有乘客被记录个人信用不良信息。

文明习惯的养成需要规则先行。再宏观一点讲，人类的文明进程也是不断进化和优胜劣汰的，其中与法治的进步是分不开

的。规则的产生，往往是从实践中来到实践中去，或者讲，以问题为导向，以解决问题为方向。可以讲，在很多领域，有规则比没有规则强，即使一时难以执行到位的规则也是可贵的，规则所具备的约束力依然直接或间接发挥作用。

让好规则为文明乘车保驾护航。乘车规则是与时俱进、不断发展的，所谓“此一时、彼一时”，因为时代在前进，规则必然同行。在公共交通工具上，对使用电子设备时能否外放声音作出相应规定，首先是完善乘车规则的需要，目的是更好地文明乘车；其次，是一个渐进的过程，水到渠成的过程，需立足本地实际，既要有前瞻性，又不能操之过急。正是一些地方的先行先试，让我们看到了施行后的利好，也发现了执行中的困境。



雪乡“一根烤肠”引风波

近日，年年冬天上热搜的雪乡又成了微博热门话题，原因是游客拍到雪乡零售食品的物价，吐槽其普通的一根烤肠卖15元，大约是美团上一根烤肠价格的三倍。视频显示，雪乡商铺售卖的烤台湾香肠15元一根，烤火腿肠8元一根，其余商品如水果西米露一份15元，豆浆8元，奶茶10元，茶蛋4元，地瓜15元……接到网友投诉后，雪乡国家森林公园工作人员表示会进行调查处理。11月30日，黑龙江日报发布一篇《叹一声雪乡“窦娥冤”的文章作为回应，引发轩然大波。

(12月1日 界面新闻)

单方面“护短”不可取

□斯涵涵

黑龙江方面在“一根烤肠”上翻了车，把吐槽网友定义为“碰瓷”“泼脏水”的“喷子”，“阴暗心理”声称“必要时，还得让喷子切身体会一下什么叫‘互联网不是法外之地’。”满篇夹枪带棒、上纲上线，语气强硬，硬生生将这件吐槽小事整成了网络大事。

今年，突如其来的新冠疫情给文化旅游业带来重创，各地政府各出奇招努力提振当地旅游经济，雪乡为招徕游客也是不遗余力。

然而金杯银杯不如消费者的口碑，雪乡虽然旅游特色鲜明，但并非不可替代。把顾客吸引来、还要让他们觉得玩得值、并呼朋唤友还想再来，就不能只靠提高广告力度及旅游硬件措施，也非常考验当地雪乡经营者、管理者的水平与智慧。

如果面对不同声音只会挥舞短、怒斥的大棒，只会让旅客望而却步，且会通过各种渠道不断发酵，影响人们下次的出行选择，长此以往会对本地旅游品牌及经济发展造成严重伤害，雪乡“一根烤肠”引发的风波值得当地及其他地区反思、借鉴。

明码标价遵从市场规律

□刘天放

为雪乡喊冤，确有道理。

首先，雪乡地处高寒地区，严寒之际，为游客提供餐食本身的难度就很大。而且，烤肠属于“热餐食”，从供电到烤箱，从设备折旧再到租金等，细算算一根烤肠卖15元确实不算太贵。

实际上，自从三年前发生宰客事件以来，只要有雪乡的消息传来，无论是民众还是舆论，总是抱着质疑的心态。当年，接连发生的宰客事件，把雪乡推上舆论的风口浪尖，也令人至今记忆犹新。随后几年，即使雪乡认真整改，却也“名声在外”，游客用脚投票使雪乡经营惨淡，传说中的“九个月磨刀，三个月宰羊”也少了很多以往的锐气。就连经过整改的雪乡开园后承诺不宰客，明码标价，以及黑龙江省设立的旅游诚信基金，实行“先行赔付”，也没有挽回多少信任，这便是“一刀宰死人节奏”后导致的恶果。

而如今，哪怕15元烤肠是明码标价，完全是市场规律的体现，却仍遭到部分游客质疑并投诉，说明游客对雪乡仍怀有不信任之感。欣慰的是，舆论这次的立场客观理性，并没有被“带歪节奏”，也说明只要自身依法经营，就不会被抓住小辫子。可见，一旦身背负面名声，要想摆脱掉不容易。也提醒所有商家，唯有诚信守法经营才是正道。

“同病不同诊”放大网络问诊局限性

□房清江

一张口腔内溃疡滋生的照片，拿给3个网络问诊平台上的若干名不同医生问诊，却得出了众多不同的诊断和处方开具。受新冠肺炎疫情影响，线下购药场景受限，很多患者把问诊需求转移到网上。报告显示，疫情使得在线医疗普及度与大众认知大幅提升，推动了在线医疗的发展。记者注意到，在线医疗大幅发展的同时，网络问诊、开药过程仍存制度漏洞，导致公众“体验”并不算太如意。

(12月1日《中国青年报》)

之所以会发生这样大的偏差，恐怕更多的还是诊断过程中，病情信息掌握不充分，导致咎由判断的误差。医疗诊断是从患者的病症查找和判断病因的过程，很多时候患者症状表象下可能发生的疾病很多，还需要更多细小症候差别予以排除以缩小确诊的范围，因此检查越多、观察越细，最终诊断的

准确率就越高。

医生再高明也不是神仙，单凭患者一张病症的照片就可以得出正确的诊断结果。更多的时候医生也只能依赖经验作出判断，而往往经验不是万能的，差之毫厘就会谬之千里。

互联网问诊与实体就医最大的区别，恰恰就在检查的障碍，不但常见的辅助检查无法进行，传统的“望、闻、问、切”因为“隔空”都会带来更大的偏差。正因如此，互联网问诊相对于实体就医，准确率与可靠性更低在情理之中，这是其本身局限性所决定的。

互联网医疗并不是将医疗问诊简单搬到线上，本质还是互联网在医疗中的应用，核心还是医疗诊断本身的规范与精准。互联网医疗的健康发展，扬长避短不可或缺。特别是问诊检查存在的天然局限无法突破，初诊服务就应当谨慎并受到严格限制。

2018年颁布《互联网诊疗管

理办法(试行)》，其中规定医疗机构在线开展部分常见病、慢性病复诊时，医师应当掌握患者病历资料，确定患者在实体医疗机构明确诊断为某种或某几种常见病、慢性病后，可以针对相同诊断进行复诊。这里明确了要先有线下实体机构的诊断、处方，在线机构才能开展复诊，且针对的是慢性病、常见病。这事实上也为互联网诊疗划出了“安全区”，但如何得到普遍遵循是关键。

短期而言，互联网医疗应当是实体医疗的延伸与互补，而非医疗的另起炉灶、分庭抗礼。对此，监管需要跟上步伐，对线上问诊予以准确定位，并制定更明确的管理办法，引导实体医疗与互联网的融合发展，避免线下与线上“两张皮”，杜绝放任无序野蛮发展。同时，患者也应树立就医理性，寻医问药要“便利”更要考虑“质量”，理性的需求导向，同样也是撬动线上问诊规范健康发展的杠杆。

社交平台不容“商业水军”这门生意

□何勇海

11月28日，在浙江大学等共同举办的2020数字化治理高峰论坛上，一份《危害创新创业、破坏营商环境的“商业水军群组”观察治理报告》发布。《报告》深入剖析“商业水军群组”团体，指出社交群组是商业水军的隐蔽聚集地，给营商环境、社会公共资源、社会风气带来恶劣影响，呼吁社交等各大互联网平台应自觉承担社会责任，针对不同群体有针对性地制定治理策略，共同挤压“商业水军群组”生存空间。

(11月30日《中国市场监管报》)

在社交媒体时代，基于“同声相应、同气相求”而建立的各类网络社交群组，让我们的社交关系呈现出网络化、多维化、多元化。正因看到网络社交群组有可能“一呼百应”，有可能实现“众口铄金，积毁销骨”的

意图，一些别有用心者，就组织起一个个“商业水军群组”进行网络诈骗、数据污染、恶意评价、恶意投诉等行为，破坏正常商业秩序，误导消费者，干扰损害执法体系。

据上述《报告》介绍，在社交群组中搜索“刷”，出现上千个刷量群组，如刷分、刷赞、刷销量等；搜索“撸货”，出现上千个黄牛党群组；搜索“羊毛”，出现数百个“羊毛党”群组。可以说，“商业水军群组”及其背后的“商业水军”，已成为公平有序营商环境的新痛点、新增堵点——据报道，一家外卖餐馆被“恶意差评”连续攻击半月，导致店铺评分和销量急降。

公平有序的营商环境是企业、生意人的命脉。近年来各地都在有效优化营商环境，清除危害创新创业、破坏营商环境的“商业水军群组”，也是有效优化营商

环境的必要步骤。各大社交平台理应自觉承担社会责任，针对不同群体，有针对性地制定治理策略，共同挤压“商业水军群组”的生存空间——按照《互联网群组信息服务管理规定》，社交平台具有维护良好网络生态的法律义务。一旦有“商业水军群组”被查实，有关平台也须承担主体责任。

法治是优化营商环境的有力武器。对“商业水军群组”及平台，监管执法部门也应强化监管与治理。及时监管各大社交平台落实《互联网群组信息服务管理规定》的实际情况，着力引导平台加强群组管理，建立与完善“商业水军”及“商业水军群组”判断标准，用数字化技术手段拦截或剔除“商业水军”及“商业水军群组”；建立健全投诉举报渠道，设置便捷举报入口，及时处理投诉举报，而监管部门也当对举报受理落实情况进行监督检查。