社会治理贵在“靶向治疗”“弹无虚发”

本报评论员　韩韫超

—中国新闻名专栏—
社评

精准治理在一定程度上倒逼相关社会治理的升级，即要做到“弹无虚发”，精准滴灌，“靶向治疗”。而这一过程必然要求治理思维不断更新，治理手段与时俱进，尤其要杜绝一切形式主义，不能搞“一刀切”。

拟取消改善皮肤油分、促进生长发育、抑制肿瘤、单项调节免疫、预防脂溢性脱发、促进肠蠕动、预防青少年近视、减少皮脂腺分泌、减少皱纹等功能；拟将“免疫调节/增强免疫力”调整为“有助于增强免疫力”、拟将“减肥”调整为“有助于调节体脂”等；辅助降血脂（血糖、血压）、促进排铅等保健功能有待进一步研究论证——据4月1日《中国质量报》报道，国家市场监督管理总局近日印发《征求调整保健食品保健功能意见的公告》，就首批拟取消的21项保健功能、拟调整功能声称表述的18项保健功能和有待进一步研究论证的6项保健功能，向全社会征求意见。

保健品市场乱象持续多年，相关部门也下力气治理了多年。从“禁止明星代言保健品”写入新广告法，到今年年初13个部门联合整治保健市场乱象的“百日行动”，还有不久前国家市场监督管理总局总结出保健品欺诈和虚假宣传常用的九大套路，包括免费礼品、假借公益、“专家”讲座、现身说法、免费旅游、非法集资等，帮消费者识别骗局等等，职能部门在制度、立法、执行层面都作出了很大努力，保健食品抽检合格率逐年升高。但是，虚假夸大宣传，甚至吹嘘成神药欺诈消费者等问题，依旧是影响保健品市场健康发展的一大顽疾。如何研究探索有重点、能对症、更精准的治理举措，成为时下保健品市场整治的重头戏。

保健品领域乱象频生，其中一大问题是很多保健品存在虚假宣传，声称具有预防和治疗疾病的功能，误导消费者。事实上，《广告法》第十八条早有规定，保健品广告不得含有下列内容：表示功效、安全性的断言或者保证；涉及疾病预防、治疗功能等。保健品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。此番拟调整正是对广告法中相关规定的重申，是一种更深入的纠偏、更精准的治理。

精准治理，首先体现在罗列式、案例式的治理方式，上述报告中明确涉及具体的保健功能表述，这比泛泛地定些条条框框更直观，也容易取得更好的治理效果。有媒体在报道此新闻时，就直接将一句“促进头发生长不许说了”做进标题，这种对治理对象的精确定位，不仅有助于提升治理效率，也为更广泛的社会监督提供了条件。

其次，在具体的功能声称表述上，以咬文嚼字的方式提醒公众别被忽悠，将先前绝对性的表达改为“有助于”，拟取消一系列不确定、不必然的功能表述，这种严谨把握同样是一种精准治理。

社会治理是否高效、精准，已经成为政府治理能力和治理体系现代化的一个重要体现，时代的发展客观上对社会治理的精准程度提出了更高要求。在扶贫攻坚领域，通过因地制宜、因人因户施策，找准症结把准脉，开对药方拔“穷根”，才能实现精准扶贫、精准脱贫；在生态环保领域，通过紧盯重点时段、重点区域和重点污染物，才能实现精准治污；在交通领域，充分运用通信技术与大数据手段，实时研判和预测交通流量，才能实现精准治堵。

精准治理越来越成为社会治理的共同趋势和方向。它在一定程度上倒逼相关社会治理的升级，即要做到“弹无虚发”，精准滴灌，“靶向治疗”。而这一过程必然要求治理思维不断更新，治理手段与时俱进，尤其要杜绝一切形式主义，不能搞“一刀切”。

为保健品精准“画像”，让其拥有清晰的轮廓和界限，“保健品不能代替药物”的观念方能深入人心，那些虚夸和欺诈才无机可乘。而精准的社会治理正需要这样钉钉子的专注精神和一丝不苟的工作态度，不断打补丁、堵漏洞，步步为营，才能将治理痛点各个击破。

扫描二维码“钟鼓声”看工人日报“钟鼓君”评论。

“正宫口红”的宫斗与文创产品的套路

毛建国

继故宫之后，颐和园也跟风推出彩妆，颐和园“正宫口红”话题在微博已引发8000万以上人次围观、30万条讨论。有微博甚至挑起了“口红界宫斗大戏，颐和园PK故宫，谁才是正宫口红”的话题。不过，有故宫彩妆及一系列的周边产品推出在先，此次的颐和园彩妆并未点燃大家过多热情，反而让人们觉得有点“套路化”。（见3月31日《北京青年报》）

对文创产品来说，无论是“文”还是“创”，都需讲求独特性与创造性。从这个意义上看，不宜把套路化的帽子仅扔给颐和园彩妆。有数据表明，发达国家旅游购物收入占旅游总收入的比例在60%~70%，而目前我国这一数字还不到40%。其中很大一部分原因在于旅游纪念品千篇一律。文创产品亦不例外，大量跟风、模仿、套路之作充斥市场。在今年两会上，有代表委员感慨：“你做一个扇子，他也做一个扇子；你做一个杯垫，他也做一个”。

如果说这种套路化是一种跟风复制的话，那么还有一种套路化是概念嫁接。很多文创作品只是简单地用了文博单位的名头，美其名曰合作开发，其实无非是蹭文博单位的流量。当然，要求文博单位能够独立完成产品的设计开发生产销售，不现实也没必要。放眼世界，很多著名文博单位也是采取合作方式搞文创开发，大英博物馆就有由9名全球采办组成的部门来负责设计、寻求设计并联系生产。

文创产品，“文”字在前。衡量一款文创产品是否成功，不仅要看其挣了多少钱，还要看其在弘扬传统文化上拿了多少分。正如有人所说的，博物馆做文创与其说是在卖产品，不如说是在利用文化元素讲故事。文创产品应体现“文”“创”二字，满足人们的美好向往。当然，起步阶段学习借鉴无可厚非，但学习不是跟风，借鉴不是复制；由于专业分工不同，跨界联名也无不可，但跨界不是无界，联名不是卖名。

文创产品面前有一片蓝海，但套路化的文创作品很难走远。现实中已有不少文创产品受到市场冷落，消费者正在“用脚投票”。如果文创产品不在品质内涵上下功夫，一味“利用品牌薅羊毛”“挂羊头卖狗肉”，文创市场注定难做大做强。

共享单车调价，但愿是良性竞争的开始

李秀荣

共享单车目前面临的最大难题就是盈利，如何实现健康、可持续的运营，是必须考虑的问题。小蓝与摩拜在此时适当涨价，可以视为共享单车经营调整的信号之一。

共享单车涨价了！据央广报道，小蓝单车近日宣布从3月21日起，在北京实行新的计费规则，起步价由每30分钟1元更改为每15分钟1元，超出时长后为0.5元/15分钟。随后，摩拜单车也宣布将从4月8日起，在北京执行新版计费规则，其中起步价由每30分钟1元更改为每15分钟1元。调整之后，两家共享单车骑行1小时的价格都将达到2.5元。

对此，有网友担心共享单车会越骑越贵，觉得在继失去“车厘子自由”“香椿自由”“外卖自由”后，消费者即将失去“共享单车自由”。在我看来，共享单车目前适当涨价是可以理解的。

两家企业涨价理由几乎都是为实现健康、可持续的运营，继续为用户提供满意的服务，这其实也是实情。这两年，共享单车领域竞争激烈，加之一些企业管理经营不善，基本上只能做到收支平衡，一些企业甚至出现亏损。骑车费上难赚到钱，就打用户押金的主意，甚至出现用押金做其他投资的情况，导致用户频频抱怨退押金难。

在个别共享单车企业从爆发式成长到迅速破产后，在个别共享单车被资本收购之后，整个共享单车行业的竞争环境和市场格局也趋于稳定，目前面临的最大难题就是盈利，如何实现健康、可持续的运营，是必须考虑的问题。小蓝与摩拜在此时适当涨价，可以视为共享单车经营调整的信号之一。

此外，3月1日发布的《交通运输新业态用户资金管理办法(试行)》明确，共享单车预存资金不得超过100元，运营企业只能将用户预付资金用于其主营业务，不得用于不动产、股权、证券、债券等投资及其他借贷用途等。这一规定也旨在让共享单车企业回归角色本身，好好做管理、做运营。

其实大可不必担心共享单车会越骑越贵。眼下，共享单车并非垄断行业，价格是市场机制的核心，是最灵敏的调节手段。假如有共享单车企业把价格调得太高，而服务却没有提升，便很有可能“掉粉”。何况，时下共享单车有很多可以替代的方式，比如走路、乘坐公交车、地铁等，各地的交通部门也在通过提升运力、优化线路设计，打通公共交通出行的“最后一公里”。

对于共享单车行业，我们情愿它处于一个在意骑行费的稳定发展期，而不愿它处于一个疯狂吸纳押金、再把巨额押金挪作其他投资的爆发式增长阶段，情愿它成为一种以用户体验为导向的服务型竞争，而不愿它成为一种以量取胜的粗放式竞争。

“享口福”？

“你是否因发胖而发愁？是否为吃了高热量食品而担忧，我们现推出代喝奶茶，代吃零食等业务！”据《新晚报》报道，在网络平台上，代喝奶茶、吃炸鸡、涮火锅等“代吃喝”服务被明码标价出售，产品介绍则声称“能拍视频和图片反馈；免你排队、长肉的烦恼；我喝得超香……”

这项新式服务堪称“脑洞大开”，一面是“自己吃怕胖，看人吃解馋”，一面是“免费来吃喝，何乐而不为”，小众需求和贴心供给的一拍即合，是时下类似“花式消费”的既有模式。需要警惕的是，这种模式尚不成熟，松散、自愿的购买服务方式，决定了过程中一旦产生纠纷，维权或将存在一定难度。而模式本身是否可持续，也得看其中是否有普遍的真需求还是只是图好玩。

李法明/图　韫超/文

图说

七天培训出的月嫂，你敢用吗？

张海英

据央广报道，最近，浙江杭州一个家庭花费3万元请了51天的月嫂，期间不仅宝宝和妈妈生了病，一家人还因加班费问题被月嫂破口大骂。记者调查发现，市场的火爆导致月嫂行业良莠不齐，交一两千块钱，培训7~10天，拿着培训中心颁发的各种五花八门的证书，就可以出师接单。

据不完全统计，全国对月嫂的需求达400万人，而现有实际从业人员不足100万人。当一种市场供给出现巨大缺口，往往会产生服务价格高、服务质量难保证的问题。从记者调查看，月嫂培训至少有三乱：培训7~10天，时间这么短，能否学到专业服务让人怀疑；课程五花八门，意味着培训内容并缺乏规范；证书不统一，说明发证机构混乱，或者说存在随意发证。

就发证机构而言，不仅培训机构可以发，家政协会也能发。此外，商业联合会、人才研究会、某某培训网等机构都在发证，且全部自称全国通用，雇主显然很难甄别，而月嫂们则利用这类证书提高身价。月嫂培训乱象不仅损害雇主权益，而且会在一定程度上影响公众生育意愿，进而影响全面二孩政策的落实。

目前，这一领域虽然已有《家政服务母婴生活护理服务质量规范》等国家标准以及《家政服务提质扩容行动方案(2017年)》，但仍未能彻底纾解月嫂市场尤其是月嫂培训领域的乱象。所以，还应针对月嫂培训乱象拿出专门治理方案，促进月嫂市场规范化。其一，月嫂经过哪些培训以及发哪些证书要大致统一。其二，谁来培训和发证，也要统一规范。其三，相关证书要在统一平台可供查询。可以考虑将月嫂培训纳入职业教育体系。

上个月商务部称我国将建立家政服务业信用体系，并实施守信主体“红名单”和失信惩戒“黑名单”制度，未来消费者选择家政服务人员时将可参考“红黑名单”。这些举措是必要的，但对解决月嫂培训乱象的作用仍有限，《国家职业资格目录》中针对月嫂行业只有“育婴员”“保育员”的职业设置，不能适应社会发展。

月嫂工作涉及母婴护理、保健、急救等多种知识，比一般保姆要求高。英国、美国、日本等国家的很多大学都设有家政系，菲律宾的家政服务更是全球公认。要提高我国包括月嫂在内的家政服务人员的专业素质，有必要从细化职业资格到建立专业化培训培养体系全面发力。从某种意义上说，这也是为提升服务业发展水平发力。

木里森林火灾明火已全部扑灭　牺牲人员家属陆续抵达西昌善后

新华社成都4月2日电（记者张超群 杨进）凉山彝族自治州人民政府新闻办公室2日下午召开新闻通气会，通报了木里森林火灾最新情况和牺牲人员善后工作进展。

凉山州木里县“3·30”森林火灾应急协调工作领导小组介绍，2日当天，通过低空和地面人员全力扑救，整个火场明火已全部扑灭，火场已得到全面控制，现转入清理余火和探搜火场阶段。

“应急管理部南方航空护林总站派出5架直升机开展空中侦察、吊桶灭火作业。截至下午3时，5架直升机共飞行14架次，洒水22桶，约65吨。”凉山州安全生产监察执法支队支队长唐毅介绍，600余位地面扑救人员仍奋战在灭火一线，全面清理火点、烟点，配合直升机空中洒水作业，确保扑灭一段巩固一段，严防死灰复燃。

此次森林火灾造成27名森林消防队员和3名地方干部群众牺牲，2日凌晨1时20分，第一批转运的23具牺牲人员遗体护送至西昌市殡仪馆，除一具遗体尊重家属要求安置在木里县，其余6具遗体将于2日20时左右送抵西昌。

通气会上介绍，有16名牺牲人员家属今日陆续抵达西昌，公安人员已对首批转运的23位牺牲人员DNA分型检测完毕，并对7名先期抵达西昌的牺牲人员家属采集血样样本，进行实验室比对认定。后续牺牲人员家属DNA比对工作也在抓紧进行。

凉山州政府按照一名牺牲人员一个服务小组的要求成立专门工作组，抽调医护和心理辅导人员组成服务小组为牺牲人员家属提供全方位服务。凉山州政府副秘书长吉木子拉介绍，州政府和森林消防相关单位已为30名牺牲的救火英雄启动烈士申报程序。

目前，四川省人民政府依法成立了凉山州木里县森林火灾调查组，将对此次火灾起火原因、救火过程、应急救援等工作依法调查，针对火灾过程中的爆燃等细节问题组织专家论证，相关调查结果将及时向社会公布。

3月网上“我推荐我评议身边好人”活动推出107位中国好人

新华社南宁4月2日电（记者郭轶凡 吴思思）3月份，中央文明办依托中国文明网开展的网上“我推荐我评议身边好人”活动，共收到各地网民举荐的好人好事线索126万件，参与点赞评议的网友累计超过3100万人次。107位身边好人入选“中国好人榜”。

在上榜好人中，有将结婚礼金全部捐赠助学的年轻夫妻段非、许利娜，有捐出百万元全部积蓄资助贫困学生的离休教师夫妇包斌、陆一军，有为救轻生女子光荣牺牲的年轻消防战士刘磊，有恪守父辈承诺精心保管红色史料的郭海波，有坚守脱贫攻坚一线的好干部张渠伟，有扎根基层一线的好记者谌贻照……网友称赞：好人就在身边，好人温暖着全社会。

2日，中央文明办在广西柳州举办全国道德模范与身边好人交流活动，通过视频短片、现场访谈、网络互动、侗族大歌等多种形式讲述好人的感人故事。活动通过多家网络平台进行直播，观看人数超过4100万。

第二届数字中国建设峰会主场馆5G信号全覆盖

本报北京4月2日电（记者车辉）国新办今天举行新闻发布会称，第二届数字中国建设峰会将于5月6日至8日在福建省福州市举办，目前峰会各项筹备工作进展顺利。

福建省常务副省长张志南介绍说，本届峰会智能化水平不断提升。人脸识别、语音识别、无接触安检等智慧会务会展系统将提供全方位信息化服务。本次峰会还将推出全场景刷脸支付、智慧餐厅、信用街区、无人驾驶、无人售卖车等一批智慧应用场景，并实现5G信号主场馆全面覆盖。本次峰会主题是“以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌”。峰会议程主要包括：开幕式、主论坛、分论坛、成果展示会、报告发布、创新大赛和闭幕式等七个环节。峰会期间，将举办数字中国创新大赛总决赛。

国家互联网信息办公室副主任杨小伟表示，相较于第一届数字中国建设峰会，本次峰会有三个特点：首先，定位明确。本届峰会定位为我国信息化发展政策发布平台，电子政务和数字经济发展成果展示平台，数字中国建设理论经验和实践交流平台，汇聚全球力量助推数字中国建设合作平台；其次，规模扩大；第三，参与更广，注重互动。参会嘉宾人数预计将比首届峰会增长50%。

与“核”共舞的“白衣天使”

（上接第1版）

“低头靠勇气，抬头靠实力”

与乔素凯熟悉的同事都知道，他有一本不离身的小本子。换料现场和PMC设备哪里有缺陷，哪里需要改进，他都会一一记录在这本子上，回办公室后再同项目组成员一同分析是否确实需要改进和完善。

“低头靠勇气，抬头靠实力。”经历过大亚湾核电站建设起步岁月的乔素凯深知这句话的含义。“要想抬头，就得踏踏实实地学习，就得耐得住寂寞，就得靠过硬的实力。”他是这样说的，也是这样做的。

在大亚湾核电站建设运行初期，核电站换料设备维修一直依赖于外方专家，为改变这种受制于人的被动局面，乔素凯和团队不断攻关技术，消化吸收关键技术，仅用3年时间就完全实现换料设备的自主化维修，甩掉了“洋拐棍”，节省了每年数千万元的外方人员技术支持费用，同时培养了一大批自己的维修技术专家。经过多年的努力，乔素凯带领的团队，目前已达到可以同时为5个核电站提供换料维修一体化技术服务的规模。

为打破国外技术垄断，乔素凯带领团队坚持走自主创新之路，其主持并参与的项目有19项获得国家专利，部分项目还获得了核能行业协会及国家能源奖项。

过去，核电站使用的水下耐高辐照光导管摄像机需要从国外购买，每套60多万元。

“花钱买了设备，还要买服务，每次摄像机坏了，就要请国外维修人员过来，他们从登上飞机就开始按小时计费。”乔素凯告诉《工人日报》记者。于是，从2005年开始，乔素凯就带领团队与相关研究所合作，花了7年时间，终于研发出了自己的摄像机，实现国产化，打破了国外技术垄断。

据了解，乔素凯带领团队历经10年潜心钻研，攻克了多项关键技术，拥有多项专利技术，首创了国内唯一的商用核电站燃料组件水下特殊维修技术，已为国内多个核电站进行燃料组件修复，创造了显著价值；研发的国内首套核燃料水下智能整体装配系统已在国内核电站成功应用，并修复1组格架缺陷组件；牵头编著的《核燃料组件单棒修复技术》获2017年核能行业协会成果鉴定，填补了国内空白……

当好核燃料专业化队伍领路人

乔素凯是青年技工眼中的“老大哥”。为了让年轻人少走一点弯路，他常常给年轻职工讲述自身成功经验和过往教训。在他的带动下，运营公司核燃料服务分部的年轻员工在各项生产活动中发挥了生力军的示范作用，多次获得了深圳市、广东省乃至“中央企业青年文明号”的光荣称号。

他也是核燃料专业化队伍领路人。为组建一支优秀的PMC换料专业化队伍，乔素凯长期主持核燃料分部换料人员培养工作。他精心安排换料人员进行不同PMC换料设备操作实践，编写培训任务书并进行理论、燃料事件经验反馈及换料模拟机培训，定期组织核燃料操作技能考核和年度换料人员取证上岗考试。此外，他还首创国内核电站换料人员培训上岗取证体系及《换料人员行为规范》，这套培养体系培养了200多名优秀的核电站换料操作人员。

据统计，近10年来，乔素凯先后培养了5名换料顾问，30多名换料主管及50多名换料机操作员，其所在团队目前已完成5支大修换料队伍的人员培养，基本满足中广核22台在运机组的独立换料操作及设备维修工作。

工作之余，乔素凯多方收集中外核电站的核燃料操作事件，结合多年核燃料操作经验，编写了一部《核燃料操作事件汇编》。根据历年来对人因失误的根本原因分析，他还编写了在国内核电站燃料操作行业内率先严格实施的《换料人员操作行为规范》来规范操作人员的行为。这一规范在防人因失效方面效果明显，弥补了燃料程序在人员行为规范方面的不足，有力保障了核燃料组件100%吊装正确。

如今，乔素凯已成为燃料人的掌门人。他常常自豪地说：“中国的核电从一无所有到现在去外国建设运营核电站，能够参与这一光荣的进程，我特别骄傲。”

青年就业启航计划启动实施

本报北京4月2日电（记者李丹青）记者今天从人社部获悉，人社部、共青团中央近日联合印发《关于实施青年就业启航计划的通知》，提出将16-35岁有劳动能力、失业一年以上的青年纳入计划，建立健全覆盖求职创业全过程的帮扶机制，使有需要的失业青年都能得到相应就业政策和服务帮扶。

据介绍，《通知》从摸清基本情况、开展实践指导、提升就业能力、扶持自主创业和实施托底帮扶5个方面明确了具体帮扶举措。

（上接第1版）

租友行业还衍生出了一套“黑话”，比如“绿色同城900元，非同城1200元，非绿色1500元，非同城1800元……”所谓“绿色租友”，指不涉及性关系，不喝酒，可见亲友，收到亲友红包、礼物退回。

记者联系了几名提供租友服务的网民，有的称仅可以牵手，不同房居住。一位出租者添加记者好友后，直接介绍色情服务内容。在某租友平台上，一名显示为女性信息的人提供伴游服务，表示也提供色情服务。

在众多受访者中，不少都有过被骗订金、路费的经历。林先生介绍，一般情况下，出租方都会要求对方提前支付订金和路费，甚至全部租金。“一旦预付了这笔款，未必能等到客串‘演员’。我就遇到过这种人财两空的结果。”

另外，父母、亲戚给的见面礼，如果当时不知情，想把“馈赠”讨要回来也绝非易事。一些网民表示，虽说租友有雇佣服务合同，但如果双方发生财物争议，比如父母给予一方的红包、礼金如何归属，可能就要闹上法院。

更令人忧虑的是，此类服务还可能发生人身安全问题。2018年初，浙江衢州市公安局衢江区分局办理一起案件，一名19岁女性在租友网上看到居住在衢州的徐某以500元每天的价格租女友，与对方商议好见面后，却险些被其强奸，后徐某因涉嫌强奸未遂被刑拘。

专家：租友处灰色地带，需理性看待

专家分析，目前，租友市场处于灰色地带，平台、相关部门和用户等各方的权责不明晰，甚至租友本身是否合法也有必要进一步明确。一方面，商业机构批量供应各类明码标价的“租赁对象”是否合适；另一方面，其中存在的色情、诈骗等问题也亟待引起重视。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌表示，如果是熟人、朋友陪着回家过个年，然后从经济上给予一定的补偿是可以理解的。但如果以经营为目的，大张旗鼓地租赁男女朋友，完全把人作为交易主体，应该加以限制。

山东日中律师事务所律师陈冠汶认为，如果双方按照租金大小约定“租赁期间”性行为的有无、次数，或者以租友名义赤裸裸地提供色情服务，这实际上就是卖淫嫖娼行为。

专家表示，租友平台属于新生事物，如何定性、如何管理亟待明晰，公安、网络监管等部门应该依法打击披着租友外衣的卖淫嫖娼、诈骗等行为。　（新华社杭州4月2日电）