

“猛料”来了“猛药”治

■秋实

各种被神化的保健品,正在“啃老”,速新闻《消费维权在行动》1号征集令——老年保健品投诉通道为您开通,遭遇烦心事,你投诉,我解决。(3月12日《宿迁晚报》)

在“3·15”国际消费者权益日即将到来之际,宿迁市有关部门正在联合开展的“1号征集令”活动,专门征集保健品坑害老年人的“猛料”,这类保健品包含宣称具有保健功能的食品、家具用品、电子产品等,无论是你“免费”体验后买了一大堆保健品,或是使用后感觉保健品不“保健”,



只要你认为当时被“忽悠”了,现在想讨个说法,而对方又不认账,都可以通过媒体进行投诉。剑指老年保健品,专为老年消费者维权,宿迁的这个活动可谓精准贴心,社会反响和效果肯定是“杠杠滴”!

然而,如果我们继续深扒这些“猛料”背后的种种缘由,却发现老年人被骗纯属意料之内——人到老年,体质变了,他们开始追求养生,想尽各种办法要给自己的身体进行再次“加固”;心态变了,时而慨叹时而沉默,他们开始变得孤独,内心却渴望着年轻时的活力和被人关注的“魅力”;通过紧紧地抓住老年人的这两点“身”“心”健康之需,那些卖保健品的不法商人,软磨硬泡、死缠烂打,要么夸大产品功效,给老人们作出一个保障健康的“承诺”;要么通过价格诱导,“低折扣”搭售或者干脆“免费送”,给老人们以“物美价廉”的“双赢”回报;当两者都不“灵”时,推销员直接改称“咱爸”“咱妈”,这一番“亲情”瞬间涌来,又

不知会让多少保健品成为“爱的供养”!

在市场生产经营活动纷繁芜杂的今天,消费行为本身从形式到内容都发生了很大的变化,各种侵害消费者权益的“戏码”也变得十分隐蔽。老年人购买保健品,上当受骗认定难,而难就难在没有证据。这一方面是因为老年人在消费时被成功“洗脑”,缺乏维权意识,另一方面还在于老年人个人社交圈狭窄、信息闭塞导致常识缺位,他们也不会像年轻人那样善用手机拍照即时留存证据或者直接进行网络曝光,所以才导致上当后只能自认倒霉、后悔莫及。“猛料”既然来了,我们必须要有“猛药”治疗。例如宿迁这次开展的“1号征集令”,其实是在全市老年人当中进行一次普法教育,告诉他们在进行消费时,必须保持理性并提前留存证据,这样遇到纠纷时才能依法维护自己的权益。相较于个案的事后维权,对保健品生产消费市场的整体统一监管才是维护老年人合法权益

的根本之策:首先应该在生产领域内建立起统一的预警系统,让保健品生产企业及时规避“问题”采购方,并针对企业遵守预警提示的情况制定相应惩处机制;其次在生产、流通领域建立“黑名单”制度,将那些不良保健品的生产者、凭三寸不烂之舌专门坑害老年人的保健品经销商和有关从业者登记备案,将其纳入诚信考核评价,对他们在经营再就业等方面作出相应限制;再次以基层街道、社区为单位,鼓励属地多开展老年人与医生面对面等现场医疗交流活动,专家答疑解惑谈养生,让老年人懂得健康常识,平常定期组织兴趣团体演出、百科讲堂等各种老年聚会活动,多种形式丰富老年人的精神文化生活。

让老年人不再“受伤”,“年轻人”更应该负起责任。家有老,是个宝。作为子女,那句“常回家看看”绝不能仅仅挂在嘴边,你回家的身影,一家人团聚时的举止神情,对老人们来说,就是最好的“保健品”。

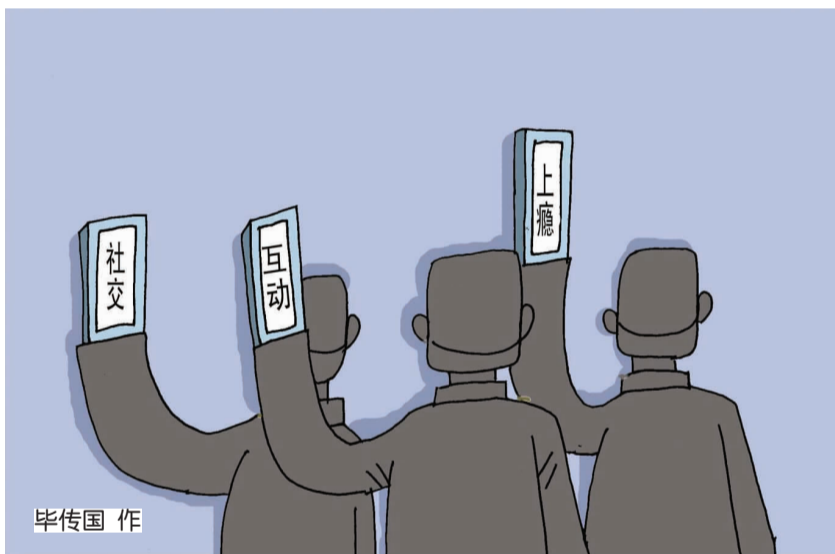
别让手机影响了生活

■盛人云

加拿大一项最新研究发现,令人上瘾的智能手机应用和功能都指向人类渴望与他人互动的意愿,对手机上瘾者不是厌恶社交,而是太热衷社交。(3月12日新华社)

这无疑是一个最好的时代。在4G技术以及各类移动便携终端的发展助力下,使用手机浏览信息、移动购物、休闲娱乐,越来越成为人们重要的生活方式。更重要的是,我们可以利用手机随时随地与恋人、家人联系,快捷地与朋友分享爱情的甜蜜、婚姻的幸福和家庭的美满,在手机上跟爱人隔空示爱、交流、沟通……一切都如此快捷简单。

但同时,这也是一个“人类离别的星球越来越远,离自己邻居越来越远”的坏时代。手机在带给人们极大便利的同时,也在深刻地改变着人们的行为习惯。无处不在的手机影响到了家庭的功



毕传国 作

能、社会的交往,“世界上最遥远的距离,是我们坐在一起,你却在玩手机”。

一个正常的“社会人”,不应沉迷于手机等电子产品,“人机关系”永远取代不了“人际关系”。别让手机影响了生活,需要我们每个人都深刻认识到,手机再智能,终究只是人的工具,如果不能理性驾驭它,人就会沦为工

具的奴隶。只有从虚拟的世界回到真实的生活,让电子设备退回到配角的位置,学会主宰感情,重拾朴素、真诚、面对面的交流方式,恢复对感情自身丰富、复杂感觉的关注和体验,不再封闭自己的心灵,我们才能尽情享受“微时代”的诸多便利,远离情感的冷漠和心灵的疏离。



矿泉水瓶环保标签值得推广

■李雪

2018年两会上,会场和代表、委员驻地,一款环保标签被贴在矿泉水瓶上。在这个绿色标签上,印有中英文的“给水瓶做记号,并请喝完。”这个标签用来给自己的水瓶做记号,可以写上自己的名字,也可以用指甲划出标记。据悉,这是北京市旅游委发起的“水卫士”行动,早在2012年就曾在两会中亮相。(3月12日《新京报》)

因为便捷,瓶装矿泉水越来越受欢迎,成为人们身边必备的饮品之一。而且,矿泉水已经成为一些会议的标配,但与之相伴的浪费也不容小觑。

矿泉水瓶环保标签最大的好处,就是能够解决浪费问题,一则可以给自己的矿泉水瓶做上标记,避免了和别人混淆的尴尬;二则这样的记号,无疑能够倒逼自己喝完瓶子里的水;三则这样的方法,在做到节约的同时,也可以确保饮水安全。这也是众多网友大呼“好创意”,纷纷点赞的根本原因。

矿泉水瓶环保标签从根本而言,体现的是节约细节。记得去年底,杭州长阳小学师生完成的《矿泉水容量选择研究》,就让人惊叹。他们研究发现,90分钟的家会议结束后,192位参会家长在教室内留下了91瓶未喝完的水,这些被浪费的水,积在一起一测量,竟然多达16200毫升。实际上,如果各大小会场都如此这般,其数字难以想象。

我们倡导节约,但是更需要一些行动,尤其是有智慧的行动。当然,这样带有环保标签的矿泉水更应走入“寻常百姓家”。可以说,两会举国关注,而其中的“好作风”更具有引领作用。所以,这样带有环保标签的矿泉水,其导向价值很强,同样,这样的“技术革新”,更完全可以融入老百姓的日常生活,而这也并非难事。

成由勤俭破由奢,于国于家于个人,未尝不如此。新时代给我们指明了奋斗的目标和方向,在这个新时代的奋斗进程中,更不能遗忘勤俭节约这些老道理与老传统。因此,矿泉水瓶环保标签不仅值得点赞,更值得推广。而且,这样的节约小智慧,多多益善。

急救医生留不住的困境亟待破题

■戴先任

《急诊室故事》、《急诊科医生》……这两年讲述医院急诊医生的影视作品热播,不过你知道吗?在急诊室的更前沿,还有一种医生,叫作急救医生,他们的工作场所很狭小——120救护车。这次全国两会上,江苏省南京市第一医院副院长、心胸血管外科主任陈鑫代表坦言,现在全省平均一辆120救护车上只有半个医生,很多城市面临有车却派不出的尴尬。(3月12日《扬子晚报》)

急救医生数量缺乏,不仅在江苏,在全国多地都普遍存在这一问题。现在的救护车不再像早些年的救护车一样,只是承担运输功能,现在救护车里的医疗设备比较齐全,比如呼吸机、除颤仪、监护仪以及各种药物都较为齐

全。急救医生少,急救医生“人难招、留不住”的现象普遍,急救车良好的硬件设备却没有急救医师来匹配,急救车空在那里出不了车,浪费了急救车良好的急救资源事小,误了对急病患者的抢救才是大事。

值得注意的是,江苏对院前急救医师短缺比较重视,此前在保障急救医生晋升机制上,就已经走在了全国前列,但江苏的急救医生缺乏问题仍然严重。如江苏13个设区市(不含独立调度运行的县市区级急救中心),共配备了急救车501辆,专业急救医师仅252人,也就是平均下来,一辆急救车上只配置半个医生。这样来看,其他一些地方存在的“人难招、留不住”的现象有多严重,就更可想而知了。

急救医生“人难招、人难留”问题,严

重影响了急救资源的使用。救命如救火,急救医生的重要性毋庸置疑,急救医生是伤患者的第一救助者,要对伤患者进行初步救援及护理,为后面的救治赢得时间;急救医生短缺,就可能让伤患者难以与生命及时牵手,堵塞了患者通往医院的生命通道。要救死扶伤,就要能留住急救医生。急救医生“人难招、人难留”,需要予以高度重视,亟待对这一难题破题。

对此,可通过“定向培养”模式,培养更多的院前医疗急救人才。对于急救医生“人难招、人难留”问题,最主要的是要提高急救医师待遇,让他们有较好的职业晋升通道,让急救工作真正成为历练与成就医生的好平台,提升急救医生的职业荣誉感。从而让急救医生留得住,做好伤病人生命的“摆渡人”。