

多棱镜

一个个灵活微小的调整,映射的是公共服务理念与水平的巨大进步。期待更多直击痛点的精细化举措在公共服务领域落地生根,让公共服务始终散发以人为本的温暖

从“潮汐厕所”看公共服务提升

知更

“五一”假期,建设“潮汐厕所”的建议再度引起关注。热议的背后,一个重要原因在于它精准对接、巧妙缓解了长期存在的人流密集区如厕难问题,尤其是女性如厕难问题。

尽管有关部门出台文件对公厕男女厕位比例提出要求,有的地方也颁布了地方标准。但在现实中,各地公厕男女厕位建设长期低于合理标准,存在事实上的“结构性失衡”。每逢节假日,在景区、商场、高速服务区、火车站等人流密集区,女厕门口排队现象屡见不鲜。“潮汐厕所”以灵活办法应对游客高峰期,它通过设置若干“无性别通用厕位”,并借助可移动标识牌或带锁推拉门,根据实时人流动态调整使用权限。此

法简单、经济,效果却非常显著。在青海黑独山景区,“潮汐厕所”投入使用后高峰时段女性如厕等待时间从原先的30分钟以上缩短至10分钟以内。近年来,深圳、东莞、杭州、武汉、重庆等地的部分公园、景区陆续试行了“潮汐厕所”,以方便之道解决“方便”难题。

进一步看,“潮汐厕所”类似实践,折射出公共服务以人为本的温度。各地围绕厕所频出妙招,给群众提供便利服务的探索层出不穷:北京不断推进公厕建设与改造,通过规划优化、技术升级和人性化设计,持续提升公共卫生服务水平。吉林启动“共享卫生间”共建行动,400余家单位开放内部卫生间,主干道形成“5分钟如厕

服务圈”。不少地方在缓解如厕难的同时,还考虑解决其他“难”:西安大唐不夜城将无性别厕位与第三卫生间设在一起,方便特定群体使用;成都部分公厕旁配套便民服务站,免费提供热水、充电和雨伞租借服务。这些举措,无不围绕着人的具体需求展开,既体现公共服务水平,也彰显基层治理智慧。

“潮汐厕所”的成功实践,为提升公共服务的精度和温度带来了双重启示。

提升公共服务精度,管理者必须跳出“管理怠惰”,主动贴近群众,精准捕捉需求。比如,面对文旅热潮,除了看到并解决如厕难,景区管理者可以“向前一步”,及时关注景区“休息难”“吃

饭难”问题,针对吃、住、行、娱、购的全方位出游需求,定位游客痛点。另外,旅游出行仅是群众生活的一个侧面,在日常生活的更多领域,还有不少群众的“急难愁盼”有待被发现和化解。管理者主动深入地了解不同群体的多元需求,才能以更大精力和投入去解决群众身边的具体问题。

提升公共服务温度,离不开方法手段的创新。主动倾听民声,找准服务短板,广泛汲取民智,许多复杂问题便能找到轻巧的破解方式。近年来,我们身边不乏这样具体而微的实践:公共场所的无障碍设施越来越多;盘活停车资源,共享停车位日益增多;高铁列车有了“静音车厢”“遛娃车厢”;一些医院开设夜间门诊、一次挂号管3天,不同医疗机构之间检查检验结果互认……这些“小变化”共同启示,城市治理者不妨以“小而美”的方式调整更新公共服务,将人文关怀融入每一处细节。

一个个灵活微小的调整,映射的是公共服务理念与水平的巨大进步。期待更多直击痛点的精细化举措在公共服务领域落地生根,让公共服务始终散发以人为本的温暖。

虚假宣传、兜售假货、产品金融化……保健品骗局套路重重,老年群体成为被重点围猎对象。本该守护健康的保健品市场,却被一些不法分子盯上。他们假借健康养生名义,玩着“心理战”话术,利用老字号的品牌信誉,将手伸向了老年人的“钱袋子”。

保健品骗局迷雾重重,背后非法营销的真相是什么?如何守护好老年人的“钱袋子”?记者采访了相关人员。

民生探针

这些保健品为何专“坑老”

本报记者 李纵 季觉苏 焦思雨

问

“神药”背后的反差

“我爸妈近期守着手机准时听‘健康讲座’,清晨还会神秘出门。起初只带回鸡蛋、牛肉酱,后来竟偷偷去银行取钱,搬回一堆号称包治百病的‘神药’……”不久前,宁夏银川的陈女士看着家中堆积的瓶瓶罐罐忧心忡忡。

陈女士的遭遇并非孤例。在保健品消费中,平日节俭的老年人,如今在宣称“包治百病”的高价保健品面前,慷慨解囊,这种信任究竟从何而来?

上海市民周女士的疑问则指向了“品牌”。“我是冲着‘同仁堂’买的。”周女士说,她在电商平台购买这款“南极磷虾油”时,并没有仔细研究配料表,“页面上写着‘99%高纯’,又是大品牌,就觉得应该靠谱。”然而,上海市消费者权益保护委员会委托专业机构对市面上多款南极磷虾油产品进行检测时发现,其中一款标称“99%高纯”的产品,磷脂含量实测为0。

标称“高纯”,为何实测为0?外包装上醒目的老字号,究竟是不是消费者心目中的那个品牌?

更令人心惊的是,部分针对老年人的保健品诈骗已升级为融合虚假宣传、非法集资与类传销的“金融化”复合陷阱。

“阿姨,我们这个‘量子保健品’项目,既能让您身体好,还能让钱生钱,年化收益20%!”前不久,广东70岁的张阿姨在公园里散步时结识了一名“热心”推销员。对方不仅推荐公司的“量子保健品”项目,还邀请张阿姨参观“高大上”的养老基地。豪华的设施和“专业”的讲解,让张阿姨对这个“健康+投资”项目深信不疑,险些将20万元积蓄转入异地陌生公司账户。若非银行柜员察觉异常并联合警方劝阻,张阿姨的毕生积蓄恐将瞬间蒸发。

一种种“神药”、一瓶瓶“高纯油”、一项项“健康投资”,在老年人心中是希望,在监管者眼中却是专坑老年人的骗局。



违法链条

朱慧卿作(新华社发)

事企业,试图拨开迷雾,理清骗局背后的运作逻辑。隐秘的“影帝讲座”——

银川市富宁街市场监管所长丁岚向记者复盘了陈女士父母受骗的经过。调查发现,猫腻藏在辖区内一家看似普通的便利店里。

“这里实际是一处线上直播销售、线下配送的保健品营销据点。”丁岚介绍,该店对外宣称是便利店兼“配送站”,但每日清晨有不少老年人聚集于此,且店内人员与老人交流时神色谨慎。经仔细核查,该便利店前厅后有一小套间,一般顾客无法进入。

“他们先是通过微信群发放‘定点红包’,以免费送鸡蛋、牛肉酱等小恩小惠为诱饵,吸引老年人加入特定群聊。每天准时开启‘健康讲座’直播,相关人员冒充‘名医’‘专家’,夸大宣传石斛制品、灵芝雪莲提取物等产品的功效。”丁岚说,他们正是通过虚假宣传的方式诱导老人购买高价产品,并采用“线上下单、线下提货”的模式完成交易。执法人员现场检查时发现,部分涉案产品甚至属于“三无”产品。

荒唐的“贴牌游戏”——

“南极磷虾油”保健品的磷脂含量实测为0,其背后有一条由低价定制、责任模糊与“擦边”包装共同构成的链条。

上海市消费者权益保护委员会副秘书长唐健盛向记者展示了令人震惊的数据:涉事产品在电商平台上的零售价多在每瓶50元至70元之间,而生产企业提供的材料显示,其出厂价仅为3元多。“这样的价格,本身就明显不符合行业常识。作为专业从事健康产品经营的企业,不可能

对这种价格毫无疑问。”

更深层的问题在于责任的“罗生门”。生产商安徽哈博药业有限公司承认在生产过程中并未添加南极磷虾油,并表示涉事产品为经销方定制采购,包装也按对方要求制作。而经销商北京同仁堂(四川)健康药业有限公司则辩称自己只是经销商,对产品涉嫌造假并不知情。

“从定制采购、统一供货到包装清样盖章来看,更符合委托生产或委托加工的特征。”唐健盛指出,相比单纯“经销商”,委托方对产品质量应承担更直接的责任。

此外,涉事产品在外包装上突出“北京同仁堂”字样,但实际使用的并非消费者熟悉的老字号商标,而是另一自有品牌。在电商页面上,品牌名称、企业名称、宣传语术多重叠加,极易让消费者形成“这是北京同仁堂产品”的认知。这种利用消费者对老字号的朴素信任,在包装上玩“文字游戏”的行为,也是保健品乱象的典型手段。

伪装的“金融陷阱”——

张阿姨遭遇的“量子保健品”理财骗局暴露出诈骗手段已实现“金融化”升级。

骗子们不再只卖产品,更在兜售一个关于“健康产业”与“财富奇迹”的虚幻故事。他们先通过“温情攻势”陪老人解闷,以“热心人”身份嘘寒问暖拉近距离,再用豪华场地营造“实力雄厚”假象。“健康+投资”双诱饵捆绑,精准拿捏了老年人关注健康养生、渴望财富增值的心理,将虚假保健品与高收益投资绑定,打出一举两得“幌子”。实际上,所谓的基地是租来的,投资项目纯属虚构,目标直指老人的“钱袋子”。



析

帮助老年人守好“钱袋子”

面对日益复杂的保健品乱象,仅靠消费者的个人判断已然不够。宁夏大学法学院行政管理与社会学系主任、副教授雷安琪表示,针对老年人的保健品乱象不是个别商贩的问题,而是一条跨地域、组织化程度较高的“灰色产业链”,治理需多方合力。

在夸大疗效治理上,她建议建立跨部门专业评估机制,由市场监管、卫健、药监和专家组成“快速鉴真”团队,提高识别和处置效率;同时运用惩罚性赔偿、行业禁入等手段,对屡犯者实施联合惩戒,让违法者“骗不起,也不敢再骗”。

银川市市场监管部门提示:非官方举办的各类健康讲座中,所谓“专家”“名医”很多是由非专业人员扮演的。如果讲座过程中掺杂商品推销,或引导添加私信,加入群聊咨询,通常是“伪科普、真带货”。消费者务必核实专家身份和产品来源。真正的保健食品包装上必须有国家批准的“蓝帽子”标志及批准文号。普通食品(如固体饮料、压片糖果)绝不能宣称保健功能,更不能宣称治疗功效。对于那些包装简陋、无批准文号的产品,老年人切勿轻信。

针对品牌“擦边”行为,制度补位已在路上。针对“南极磷虾油”事件,市场监管总局作出回应,指出该事件暴露出部分企业在委托生产加工环节中存在管理不规范的问题。一些企业借助品牌影响力,仅

关注销售利润,却未对产品质量履行应有的把关责任,甚至纵容被委托企业制售不合格产品。

“从此次事件反映出的情况看,在健康功能性食品领域,消费者对产品信息的判断高度依赖包装和品牌呈现。相关环节一旦边界模糊,容易引发误判,也增加了后续维权成本。”唐健盛说,因此,监管的关键在于通过制度手段将责任要求进一步前移到生产和销售源头。

据介绍,市场监管总局去年12月发布《食品委托生产监督管理办法》,把商标授权、特许经营、来料加工、定制生产等方式纳入统一监管,明确细化委托双方食品安全责任,健全制度要求。这意味着,无论采用何种合作模式,品牌方、委托方都不能再仅以“贴牌”“经销”为由弱化自身责任。

对于通过保健品进行伪装的“金融陷阱”,银行等金融机构需加强风险排查,筑牢金融安全防线,同时需要多方合力。

子女的日常关怀与风险提醒是第一道也是最重要的“防火墙”。子女要多陪伴关心老人,多与父母沟通社会热点案例,普及“高收益必然伴随高风险”等金融常识。引导老人通过正规渠道投资理财,提醒他们对陌生人的推销保持警惕,大额转账前务必先和子女商量。

金融机构则须守住资金流转的“最后关口”。银行网点应对老年人向陌生账户的大额转账,特别是收款方名称与所谓“投资项目”明显不符的业务,建立强化询问等相关机制。

(本期统筹:陆凡冰)
本版责编:蒋雪鸿
版式设计:蔡华伟

探

非法营销乱象丛生

带着疑问,记者深入一线,走访监管部门与涉

枝叶关情

凭良心行医 守诚信做人

主讲人:江西景德镇市浮梁县高沙村村医 叶永红

我叫叶永红,是江西景德镇市浮梁县王港乡高沙村的一名乡村医生。从1987年背起药箱扎根乡村,我始终怀着一个朴素心愿:为乡亲们看好病、护好健康,用诚信与担当,守护好一方百姓的平安与心安。

年少时我体弱多病,没少麻烦乡里的肖克铭医生,那时候家里条件不好,看病拿药常常捉襟见肘,肖医生从来都是随叫随到,不分昼夜、不计得失,用一颗真心为大家解除病痛。他常说,想发财就别行医,当医生就要实实在在为老百姓办事。这番话深深刻在了我心里,也让我萌生了学医的念头。

“这辈子就留在村里,当一名为乡亲们看病的医生,一辈子不离开。”这一句承诺,我默默守了39年。这39年里,我背着药箱走遍了高沙村的每一条山路,熟悉村里每一户村民的身体状况,从青涩到白发,从没想过要离开这片生我养我的土地,从未忘记当初许下的诺言。

这些年,并非没有更好的去处。妻子心疼我辛苦,多次劝我去县里医院工作,条件好、也安

稳。可我心里清楚,城里从不缺医生,而乡村缺医少药,我一走,村民看病就难了。为了这份牵挂,我长期住在诊所附近,夜里随时接诊,手机24小时不关机。

1991年深秋的一个夜晚,我被一阵急促的敲门声惊醒。一个孩子家长哭着说,孩子高烧不退、间断吐血,跑了别处诊所都被拒收,走投无路才来找我,求我医治。我心头一紧,立刻背起药箱冲进夜色。山路湿冷,寒风刺骨,我只想抢时间救人。

经诊断,孩子患上凶险的钩端螺旋体病,病情危急。说实话,我当时既紧张又害怕,怕自己治不好,辜负这份托付。但看着孩子痛苦、家长绝望,我只能全力以赴投入救治。那一周,我日夜守在卫生所,寸步不离。直到孩子病情逐渐好转,他忍着疼,心才终于放下。孩子家境贫寒,我帮他垫付药费,还免了诊疗费用。

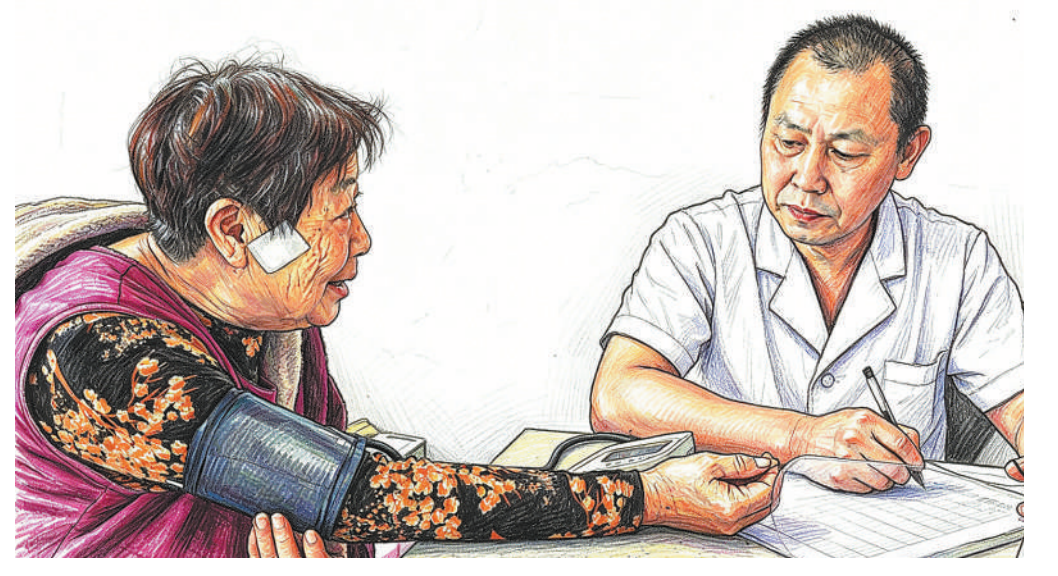
多年后,当年获救的小陈已外出务工并成家,他专程回来看望我,执意塞给我300元,补上当年的药费。这份迟来的心意,让我格外感动。

行医路上,像这样的困难乡亲还有不少。村里的老范因腰椎间盘突出,行动不便、家境困难,看病十分艰难。我就上门诊治,能免则免、能帮则帮,定期送医送药、指导康复。我总劝他安心治病,别为钱发愁。医生的本分是救人,不是计较得失。

后来女儿到了上学年龄,我才搬到县城居住。但我每天天不亮就驱车回村,提前到岗,傍晚忙完所有事才返程。乡亲们农活忙,常常晚上拿来药,我就把药抓好绑在诊所窗上,方便他们顺路取用。

基层行医没有惊天壮举,靠的就是实在与真诚。我始终坚持:能吃药不打针,能少花钱不多收费,不夸大病情、不滥开检查、不推诿患者。乡亲们说,找叶医生看病心里踏实,这就是对我最好的肯定。

这些年,我为村里高血压、糖尿病患者和重人群建立健康档案,坚持上门随访、提醒复查,把慢病管理和签约服务落到实处。苦点累点不算什么,只要乡亲们少生病、看得上病、看得起



叶永红(右)正在给一位村民测量血压。AI修饰生成素描画

病,一切都值得。

也曾有人不理解,说我不懂变通、不会挣钱。可我始终坚信,生命相托,重于泰山,医者底线不能破,诚信根本不能丢。我只是做了一名村医该做的事,没什么值得夸耀。对我来说,最珍贵的莫过于村民一句朴实的问候,康复者多年不忘的

挂念,还有深夜出诊、窗前留药时那份无声的信任。

守护乡亲健康,是我一生的本分。只要还能干得动、背得动药箱,我就会一直守在这里,凭良心行医,守诚信做人,不辜负每一份信任。

(本报记者杨颜菲采访整理)