

热点时评 >>

向秋

疫情防控，越科学越管用

近期,我国多地多点发生本土聚集性疫情,主要为奥密克戎变异株,传播快、隐匿性强。各地从严从实开展疫情防控工作,提高科学精准防控水平,努力用最小的代价实现最大的防控效果,最大限度减少疫情对经济社会发展的影响。

疫情进入到第三个年头,在抗疫斗争中形成的经验启示我们,科学防控、科学管理才是最经济、最管用的策略。越是面对疫情防控的复杂性、艰巨性、反复性,越要坚持向科学要答案要方法,提高科学防控、科学管理水平,不断优化防控举措,使防控工作更有针对性、有效性。

科学思维,始终是应对疫情的有力武器。病毒基因测序,查明新冠病毒的“正身”;

利用大数据开展流调溯源,找出密接者、次密接者和重点人群;迅速科学划定封控区、管控区、防范区,按照风险等级采取相应管控措施,对部分病例集中、传播风险高的区域严格管理,严防疫情外溢;通过核酸检测排查潜在的感染者……抗击新冠肺炎疫情的过程中,全国各地积极运用科学的力量、手段和方法,较好地遵守了“科学防控”这个大原则。在常态化疫情防控中,从迎战德尔塔到迎战奥密克戎,科技手段使用越来越多,科技在战疫中的作用越来越突出。

诊疗方案更新了一版又一版。依靠科学抗疫,必须以科学的精神、科学的态度、科学的手段应对,向科学要战斗力。国家卫健委日前印发的《新型冠状病毒肺炎诊

疗方案(试行第九版)》提出“轻型病例不再收入定点医院,采取集中隔离管理”,引发了社会广泛关注。对于一些认为防控政策是否就此放松的社会关切,国家卫健委有关人士表示,第九版诊疗方案的修订并不意味着防控政策的放松,而是要更加科学精准防控。要认真落实第九版诊疗方案,坚决杜绝“松口气、歇歇脚、等等看”的思想,不麻痹、不厌战、不侥幸、不松劲,更早、更快、更严格落实各项防控措施,尽快有效控制局部聚集性疫情。

疫情防控,关键在人。疫情防控一线既是党员干部与时间竞速、与病毒抗争的“战场”,更是检验作风和能力的“考场”。作风硬不硬,就看关键时刻能不能冲得上

去,危急时刻能不能豁得出来,用铁肩膀扛起硬任务;能力强不强,就看能不能快速应对、科学决策,见招拆招、化难解危,以善作为啃下硬骨头。广大党员干部既要有责任担当之勇,又要有科学防控之智,既要有统筹兼顾之谋,又要有组织实施之能,抓细抓实各项防疫工作,无论病毒有多变异,情况有多复杂,也能及时有效应对处置。

“花繁柳密处拔得开,才是手段;风狂雨急时立得定,方见脚跟。”各地各部门始终绷紧疫情防控这根弦,在“科学”“精准”上下足功夫,积极稳妥应对各种不确定性,就能最大限度减少疫情影响,努力夺取抗击疫情与经济社会发展的双胜利。

据光明网

有话直说 >>

老穆

提升文明素养 珍爱绿色家园

为营造爱绿护绿、文明游园的浓厚氛围,巩固城市绿化成果,近日,平城区园林绿化中心230余名绿化工作者走上街头宣传爱绿护绿知识,倡导市民培养绿色生活理念,争当“绿化卫士”。(《大同晚报》3月25日)

近年来,我市城市生态建设成绩斐然,随处可见的园林绿化景观令人赏心悦目,市民爱绿护绿意识也不断提高。但有个别人不珍惜绿化成果,不爱护花草树木,一些不良现象时有发生。

比如,有人擅自占用和损坏绿地,有人在行道树上钉钉子、拴绳子,有人到公园游玩攀枝折花,有人为挖野菜、采蘑菇而踩踏草坪、绿化带,有人往树坑内倒污水……如此种种行为,不但大煞风景,而且破坏生态、损伤文明。

12345政务服务热线、本报新闻热线经常接到此类举报或反映,这一方面说明广大市民爱惜家园、爱护绿化的意识和责任在提升,“好管闲事”的人越来越多;另一方面反映出部分人缺乏文明素养、公德意识,常常糟践绿化成果。

所以,宣传爱绿护绿知识,倡导市民培养绿色生活理念、争当“绿化卫士”的行动是非常有益、非常必要的,而且应该深入、持久地推进。通过宣传倡导、批评劝诫、监督责罚,广泛提升思想认识、公德意识、文明素质,减少乃至消除不文明行为和不良现象。

有句公益广告说得好——人民城市人民建,人民城市人民管。城市是市民的家,市民是城市的主人;市民因城市的美丽和文明而自豪,城市因市民的自觉文明而优雅。

还有一句耳熟能详的话也很在理——人造环境,环境造人。

大同的生态环境变得越来越好了,让人舒心愉悦;美好的家园也让更多人懂得了珍惜、改掉了不少陋习,确实确实提高了素质。平心而论,一些有意无意损害绿化的行为比过去少了,尽管不免时有发生、或有检举爆料;我们更从绝大多数市民自觉爱绿护绿、勇于指责不良现象的“共同取向”中,看到了向好向善的力量。

希望每一位市民从自身做起、从点滴做起,多一份珍惜,多一份呵护,让我们的绿色家园越来越美。



幽默一刀

徐骏/画 穆亮/诗

减肥“神器”

减肥瘦身现神器
快速燃烧卡路里
商家热推暴汗服
引得众人着了迷
其实是在玩噱头
盲目听信伤身体
减重不等于减肥
暴汗并非能燃脂
瘦身还需讲科学
所谓捷径是误区

随着气温日渐回升,不少爱美人士开始了新一年的减肥计划。在今年的众多减肥“神器”中,一款名为“暴汗服”的运动服装频频刷屏。这种服装以“快燃卡路里”为卖点,声称能够“加速卡路里消耗”“提升新陈代谢”,可谓句句说到减肥“困难户”的心坎里。

一件衣服就能实现如此功效?事实并非如此。新华社记者调查发现,穿着暴汗服减肥效果并不明显,长时间穿着有可能导致过度脱水,对身体造成损害,甚至造成生命危险。

专家指出,减重≠减肥,暴汗≠燃脂,商家宣称“穿上暴汗服运动就能提升静息代谢”,有收“智商税”之嫌。减肥不能靠走捷径,提醒人们尊重科学、注重健康,不要轻信商家的过度宣传而走入误区。

一针见血 >>

江德斌

如此“恶臭”营销自毁形象

在推文的最后,一个头戴“宝洁”字样的女孩推荐了自家产品,称“我们有全身香香5件套”。铺垫那么多,最后还是露出狐狸尾巴。谁都看得出,科普只是迷惑人的把戏,营销卖货才是真目的。

在商言商,通过公众号、视频号等渠道宣传、推销产品,是当下不少商家的常规做法,契合数字经济潮流,这本不为过。但是,广告法明文规定,广告不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚。营销文案一定要有底线思维,不能为了赚钱肆意践踏法律和道德红线,做出冒犯消费者的蠢事来。

宝洁营销文案之所以“翻车”进而引发众怒,是因为未能恪守原则,为博眼球无底

线作秀引流。一边赚女性的钱,一边贬损女性,这种“吃饭砸锅”的行为才真恶臭。宝洁身为知名品牌,不能止步于道歉,应以业内标杆为准则,深刻反思,回归营销正途,踏踏实实经营,打磨产品质量和服务。

近年来,部分企业热衷于蹭流量、炒作噱头,通过低俗广告、恶臭营销迎合一些人的低级趣味,以便博出位。这些做法有违法律法规,有悖公序良俗,非但不能赢得消费者的认可,反而会弄巧成拙引来讨伐,实在是得不偿失。互联网流量经济不能盲目追逐流量,商家要引以为戒,坚守法律法规、商业伦理和道德底线,从而避免陷入“被骂上热搜”的尴尬境地。

据央广网