

非常视点 影院“久旱逢雨” 防控切莫“失守”

孙维国

按照国家电影局的要求,低风险地区在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下,7月20日起有序恢复开放营业。有数据显示,截至7月20日6时26分,全国影院复工首日的预售分账票房达140.4万,观影人次5万。如果计入每张3元的服务费,7月20日全国预售票房已经超过150万。

作为受疫情影响最大的行业之一,电影业遭受的损失不仅是经济层面,还有从业者对电影业未来发展的信心。而今,电影院按下“重启键”,对电影业发展无疑是一场“及时雨”,当观众走进影院的那一刻,电影业收获的不仅是真金白银的收入,更有对电影业未来发展的坚定信心。“信心比黄金都重要”,这句话置于当前的电影业发展,反映了“电影院重启”带来的重要而深远的现实意义。

正因如此,电影院开放后,绝不是“开门大吉”,一开了事。电影院的门打开了,观众买票进来了,影院的疫情防控不能“开放”,更不能有任何的“漏洞”。要知道,影院开放不是在疫情彻底解除情况下,而是在在疫情防控进入常态化阶段后,有关部门根据现实情况进行充分评估后所做出的决定。

在疫情防控常态化的背景下选择开放电影院,必然要求影院的日常防控工作做实做细做到位,形成影院防控每一个环节的“闭环管控”,不能有丝毫麻痹大意。尤其是严格控制观影人数,绝不能为了利益而追求上座率,将疫情防控抛到脑后。强调这一点,就是要能提前预防这种情况出现。影院开放后,“久旱逢雨”的影院会不会在上座率和疫情防控之间选择“失守”?仅仅指望影院自身严格执行防控措施显然是不够的,相关部门的严密监管要落到实处,观看电影的观众也要积极进行监督,通过严密监管和观众监督,促使、倒逼影院履行防控责任。

做好疫情防控工作,不仅是保障影院观众的安全,也是保障影院的切身利益。只有确保疫情防控万无一失,影院开放才能有序、持续。刚刚按下的“重启键”,不能又因发生疫情被按下“暂停键”。若此,不仅观众进不了电影院,影院也将再次进入“严冬”,这对整个电影业无疑是雪上加霜。

5岁女童患“老年病” “防沉迷”工作不可松

夏熊飞

前不久,武汉市5岁女童雯雯经常出现头晕、恶心的症状,严重的时候甚至不能正常走路。爸爸妈妈带她去医院检查,结果发现孩子患上颈椎病。颈椎病多发生在老年人身上,雯雯今年才5岁,怎么就患病了呢?经过询问病史后医生发现,孩子得病的根源在于沉迷玩平板电脑的生活习惯。

雯雯的事例,打破了我们对于颈椎病患病人群的固有认知。颈椎病虽不算疑难杂症,但其对人体造成的危害、给人生活带来的不便并不少。相比于成年人身体发育基本定型,正处于长身体阶段的青少年一旦遭遇颈椎病危害更甚,极有可能影响身体发育,甚至落下后遗症。

颈椎病找上青少年乃至只有5岁的女童,罪魁祸首是因为沉迷于手机、平板电脑等电子产品。谈到青少年沉迷电子产品,此前我们的关注点集中在其对孩子视力的影响,殊不知对孩子的颈椎也有如此大的危害。雯雯的案例给全社会特别是家长再次敲响了警钟,防青少年沉迷电子产品的工作须臾不可松劲。

尽管电子产品早已全方位深度融入现实生活,但在不影响正常学习、生活的前提下,为青少年创造一个与电子产品适度接触的环境,显然颇为必要。对“触电”年龄要进行把关,尽量减少低龄乃至幼龄的电子产品使用者数量。在使用时长上也要严格控制,不能让身心发育都不成熟的青少年成为电子产品的沉迷者。

在电子产品防沉迷工作上,家长是第一责任人,家庭是第一战场。家长要以身作则,在孩子面前远离非必要的电子产品操作。此外,家长不能将电子产品当成哄娃神器,孩子一哭闹就主动奉上手机、平板电脑。学校在这项工作上也应主动作为,疫情期间不少课程都是通过电子产品授课,学校在学生使用电子产品的时长、频率上应进行合理安排,切实让电子产品影响到学生的身心健康。

当代孩子是伴随着电子产品出生、成长起来的,让他们与电子产品绝缘并不现实,但让孩子适度接触不沉迷,却是全社会应有的共识,而且需要付诸实实在在的行动。

让常态化防控走得更稳更顺

本报评论员 金雨红

今日社评

又一个“零”,北京中风险地区清零。7月20日,北京疫情防控工作第157场发布会通报,北京市已连续14天无新增报告确诊病例,丰台区花乡地区由中风险降为低风险地区。至此,北京市所有街乡均为低风险地区,这是6月11日新发地聚集性疫情发生以来,北京疫情防控持续稳中向好的又一个好消息。(相关报道见04版)

7月20日零时起,北京应急响应下调至三级,与之相对应的防控措施也一一发布,如小区出入不再要求测体温,北京消费季重启,北京旅行社跨省团队游及“机票+酒店”业务恢复等。在做好常态化疫情防控条件下,北京再次走上加速恢复正常生产生活秩序的轨道。

因新发地聚集性疫情局部反弹,北京经历了应急响应级别由三级升至二级、由二级再降至三级的过程。不足40天,北京市全民“战疫”,科学精准有效地控制住疫情。此次疫情不是简单地卷土重来,疫情防控也不是简单地重复操作。在逐渐增强对新冠肺炎传播认知的实践中,北京不断探索常态化疫情防控好经验好做法,努力巩固疫情防控来之不易的成果,以更

北京中风险地区清零,恢复宾馆、餐馆、超市等经营场所正常营业秩序,有序开放室内外体育健身及娱乐场所等好消息不断传来,越是在各项社会生产生活逐渐全面开放的过程中,越要保持头脑清醒。北京再次加速回归正常生活秩序来之不易,我们要不断提高自我防护的意识和能力,努力将防控工作融入日常生活,让常态化疫情防控走得更稳更顺。

大的信心和更强的实力沉着应对,查漏补缺,汲取教训,取得了防疫防控阻击战的阶段性重要成果。

现在小区出入不再要求测体温,是优化小区管理措施的一个环节,更有意义的举措是改进完善值守机制,加快推进智慧门禁建设。从年初疫情到新发地疫情,社区防控都是最基础、最有效的第一道防线。查证、登记、测温等日常琐碎工作,如能“无触”“无扰”精准高效施行,将大幅提升常态化防控水平。据报道,北京海淀区部分小区已经率先试行“无触”“无扰”防控措施,获得一致好评,条件允许时可扩大推广至全市更多小区,对社区防控优化

管理等工作具有积极推动作用。

北京消费季重启也有了不一样的内容。要按照“全面重启,适度调整,线上为主,重点策划,有序推进,严密组织”的原则,努力稳住首都消费基本盘。时值暑期消费档,亲子消费节、消暑美食节等线下消费活动应时而生,应运而生,目前发放消费券等促消费活动短暂时停,相关部门正在做准备工作,科学调整消费券方案,进一步扩大消费券使用企业覆盖面。届时,不仅是北京市民,还有进京旅游者,都有持券享受消费优惠的机会。

北京团队游叠加了国内跨省团队游开放的利好消息,激活了北京游客和进

京游客双向出行的热情。7月19日,北京宣布响应级别下调至三级的发布会后,北京进出港机票、市内酒店、旅游景点等迅速上了国内知名旅游平台的热门搜索,预计直接或间接将带动上千亿元

的旅游收入。时隔半年,跨省团队游开放聚集了满满的出游热情,但疫情防控工作仍不能放松。限量管理、强化分时预约、错峰游览等措施,是北京旅游常态化疫情防控的重点工作,同时,不去中高风险地区、不去汛情严重地区等也是对团队游的基本要求。跨省团队游开放迎来暑期旅游旺季,但暑期也是汛期各自自然灾害频发时期,必须时刻提高警惕,不贪图一时便利,切记旅游安全至关重要。

应急响应下调和正常生产生活秩序加速恢复,反映了北京防疫防控工作取得的重要成果。恢复宾馆、餐馆、超市等经营场所正常营业秩序,有序开放室内外体育健身及娱乐场所等好消息不断传来,越是在各项社会生产生活逐渐全面开放的过程中,越要保持头脑清醒。北京再次加速回归正常生活秩序来之不易,我们要不断提高自我防护的意识和能力,努力将防控工作融入日常生活,让常态化疫情防控走得更稳更顺。

纵深话题

老旧小区改造意义不亚于“房改”

丰收

老旧小区改造工作按下了“启动键”。

此举对于老旧小区居民、社区、城市和楼市来说,都有深远意义。按照《意见》明确的工作目标,2020年新开工改造城镇老旧小区3.9万个,涉及居民近700万户;到“十四五”期末,力争基本完成2000年底前建成的需改造城镇老旧小区改造任务。这意味着全国“四老一差”的老旧小区居民的居住条件,都有望得到改善。

全面推进城镇老旧小区改造,意义不亚于“房改”。无论是具有标志性意义的1998年“房改”,还是此后大大小小的“房改”,都旨在解决住房市场和居民居住权益的根本性问题。老旧小区全面改造同样是以此为目的,既要提升公民居住质量,也要着力解决房地产市场的存量问题。

虽然老旧小区居民的居住权益已有

保障,但居住条件明显滞后于时代发展。由于建成年代较早,老旧小区存在失养失修失管、市政配套设施不完善、社会服务设施不健全等问题,影响了居民的生活品质。而全面改造老旧小区的种种短板,将会提升居民的居住品质、增强居民的生活幸福感,因此从他们的角度来说,这不亚于一次重要的“房改”。特别是,老旧小区内不少是老年人口,改造也适应了老龄化发展趋势。老旧小区改造是继棚户区改造后,为城市更新“新衣”的又一重大变革,这不仅改变城市面貌,让城市有了新气象,而且因为惠及民生,也让城市由内到外有了新气象。

从房地产市场发展角度来看,老旧小区改造有助于解决存量住房项目的软硬件问题。过去20年来房地产市场的主要变化是在增量上,即出让大量土地建设大

量房子。如果老旧小区的硬件(基础设施、配套设施等)与软件(物业管理等)在全面改造中得到提升,中国房地产市场的存量住房与新建住房在品质方面将会更加平衡。另外,房地产市场对于经济增长的贡献功不可没,老旧小区全面改造可带动该领域的投资、消费和生产,同样有利于经济增长。

全面推进城镇老旧小区改造是一项复杂而艰巨的工程,涉及老旧小区的居民、设施、产权等多种问题。《意见》提出了总体要求,明确了改造任务,提出建立健全组织实施机制,建立改造资金由政府与居民、社会力量合理共担的机制,完善配套政策,强化组织保障。面对实施过程中可能发生的各种考验,需要有关方面总结、吸收之前试点的经验教训,不断细化各种政策措施,修订完善相关法律法规。

禁用不可降解塑料袋要用好“市场之手”

止凡

近日,国家发改委、生态环境部等九部门联合印发《关于扎实推进塑料污染治理工作的通知》,提出自明年1月1日起,在直辖市、省会城市、计划单列市城市建成区的商场、超市、药店、书店等场所,餐饮打包外卖服务以及各类展会活动中,禁止使用不可降解塑料购物袋,暂不禁止连卷袋、保鲜袋和垃圾袋。

塑料袋的发明,大幅减少了人们对纸袋的需求,堪称上世纪最环保的发明,如今却成了污染的代名词。站在消费者的立场,便宜、好用又受欢迎的东西,一定是好东西。市场的选择是理性的,塑料袋无处不在,恰恰说明其贡献良多。不过,也正因为塑料袋方便又实用,使得白色污染现实地摆在了人类面前,成为我们不得不直面的问题。

2008年“限塑令”推出,塑料袋从免

费变收费。2018年5月,环保组织零废联盟发布的《限塑令十周年——商家执行情况调研报告》显示,达到收费等要求的仅占9.1%,遵守“限塑令”所有规定的仅占3.7%,线下零售场所执行“限塑令”的情况不容乐观。虽然大型超市对“限塑令”执行严格,但也不乏超市限制范围之外的平口袋、保鲜膜等其他塑料膜类包装。

“限塑令”实施12年,塑料袋用量不减反增,如此论断只考虑了绝对值变量,没考虑相对值变量,评价本身不够科学。应该说,“限塑令”实际发挥了作用,只是与人们所期待的仍有距离。如今,九部门联合要求明年起禁用不可降解塑料袋,无疑是“限塑令”的升级版。基于“限塑令”的过往实践经验,对禁用不可降解塑料袋,需要保持理性心态。

不少企业都以“可降解”做宣传,但据权威机构调查,市面上大部分可生物降解

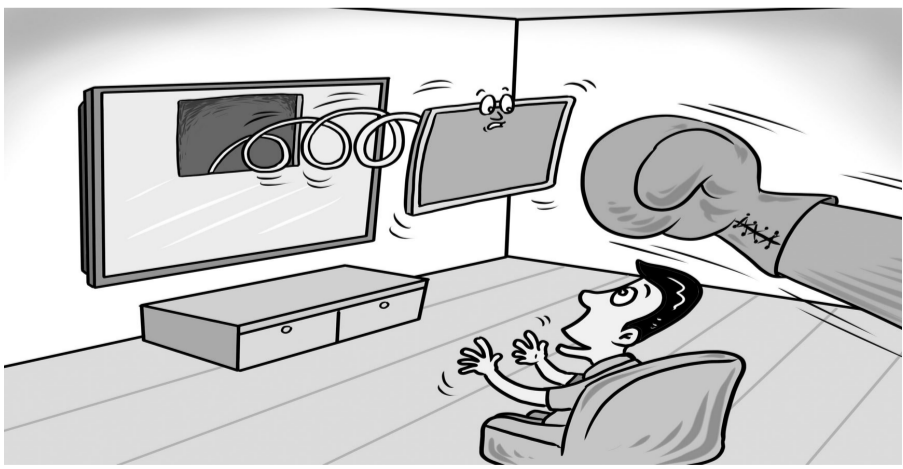
塑料产品,只是工业堆肥条件下的可降解,尚不能实现自然条件下的可降解。英国普利茅斯大学研究人员经过3年的实验发现,目前还没有任何一种塑料袋能完全被大自然分解。在实际处理中,一般都是把可降解塑料袋和普通塑料袋一起进行填埋或焚烧。“可降解”做不到完全名副其实,这是推广可降解塑料袋面临的现实困难。

从实施“限塑令”到禁用不可降解塑料袋,无论是价格下降,还是性能提升,无论是真正实现自然条件下可降解,还是实现废弃塑料回收再利用,技术进步、政策扶持与公众支持,缺一不可。禁用主要是在政策端发力,市场端发力离不开企业和公众的配合。期待看到更便宜更好用的可降解塑料袋,让选用可降解塑料袋真正成为市场自发的理性选择。

一种说法

整治“开机牛皮癣”还需乘胜追击

乔杉



乐视7家企业,并提出限时整改要求。4轮整改,牛刀小试,终于取得了现在的成果。这也说明,在消费者权益问题上必须寸步不让,尤其不能依靠消费者单兵作战,必须打好“组合拳”。

成果来之不易,但“一键关闭”会不会成为行业准则,能不能惠及到所有智能电视机?据称,目前创维已经有200余款产品、海尔110余个型号、海信除老机型外的绝大部分型号、夏普的绝大部分机型以及长虹的130个型号电视都已经或将尽快支持这一功能。这当然是好事,但也可

以看到,有些型号的电视机还没有实现,有的很难实现,甚至根本不可能实现。这部分智能电视机不应该成为“被遗忘的角落”,必须拿出针对性的解决方案。

“一键关闭”本身也有一个便捷度的问题。如同一些网页弹窗广告,想要找到它们的退出标志,有时需要花好长时间,有的退出标志还暗藏玄机,点击了竟然不是退出,而是打开了一个新链接。这里有两个问题需要考虑:一是智能电视的关闭标志,能不能更明显一点,易于操作,尤其是要考虑到老人和孩子,不能太过考验消费者的

眼神和耐心;二是能不能通过程序设置,允许消费者通过自主设置的方式,选择是否接收开机广告,而不是每次开机都要“多此一举”,劳力劳神地寻找关闭标志。

问题还不止于此。有网友反映,一些开机广告是由智能机顶盒提供的。比如说,市场上某品牌电视,并没有自带开机广告,但由于使用了机顶盒,消费者同样需要经受“开机牛皮癣”的折磨。会不会出现这种情况,电视机厂家做出的让步,被机顶盒厂家尤其是运营商一个快步抢了过去?相对于智能电视机,解决智能机顶盒的问题,面临的压力和困难一点也不小。运营商提供的机顶盒,不能成为监管盲区,需要我们把工作做在前面,把高压线划出来,而不是仅仅盯住电视开机广告。

促消费不是简单扩大消费规模,还要注重消费体验,没有消费体验的全面提升,也很难充分地扩大消费规模。整治开机广告不能只盯着智能电视机的开机广告,要扩大成果,就要乘胜追击,让相关厂商知道什么可为、什么不可为。 供图/视觉中国



下载北京头条App
让现在告诉未来