

防汛救灾要念好“防”“备”“统”三字经

□ 梁建强

江南、华南、西南暴雨明显增多，一些地区出现洪涝地质灾害，部分河湖水库水位迅速攀升……随着我国全面进入汛期，防汛抗洪形势异常严峻。面对汛情，防汛救灾工作要把确保人民生命安全放在第一位，就要用好“望远镜”加强形势研判，以更高标准、更严要求、更实工作统筹推进，力争实现防患于未然，也要用好“显微镜”，不放过每一个隐患和漏洞，把工作真正做到实处。

防汛，重在以“防”为先。具体工作中，就是要立足于防大汛、抗大洪、抢大险、救大灾，提前做好科学研判形势、周密安排部署、层层压实责任，进而全力以赴做好防汛救灾各项工作。在工作中绝不

能满足于减少或降低损失的底线思维，而应该更多“高线”意识，更多着力争取不发生灾害事故，以科学审慎之心，将防汛救灾相关各个环节逐一加强，确保各项工作落实不打折扣。

防汛救灾需分秒必争，要积极主动做好全面准备工作，真正掌握防汛救灾工作的主动权。汛期之中，天气情况复杂多

变，更要切实加强雨情水情监测预报预警，加强汛情、灾情分析研判，强化应急值守和会商分析，提前发布预警信息，及时启动应急响应。各类灾害易发多发，更要加强洪涝、地质灾害监测预警，紧盯各类重点隐患区域，及时开展拉网式排查，严防各类灾害和次生灾害发生。

防汛救灾离不开各地各相关部门的高

效协作，拧成“一股绳”，坚持“一盘棋”。水利、自然资源、气象等部门要发挥专业优势，滚动预测预报，精准预警提醒，确保临灾预警全域覆盖、不留死角，绝不能有“差不多”的侥幸心理。应急救援队伍也要进一步加强抗洪抢险专业力量，完善抗洪抢险工作预案，强化训练演练、强化应急值守、强化指挥调度，时刻保持“迎战”“临战”“实战”状态。

“明者防祸于未萌，智者图患于将来。”思想上高度重视，工作上积极主动，落实上细之又细，环环相扣，方能筑牢捍卫人民群众生命健康和财产安全的坚实堤坝。

众议堂

别让共享单车变成“共享广告牌”

□ 杨玉龙

记者近日走访多个共享单车集中停放点，发现不少共享单车几乎变成“共享广告牌”。从房屋出租、建档挂号，到代开发票、代取公积金……尽管车身上已经用醒目文字告知“严禁广告”，然而还是有很多小广告照贴不误。其中，尤以“收驾照分”居多。（7月2日《北京晚报》）

这些“牛皮癣”之所以会盯上共享单车，一则在共享单车运营方缺乏有力有效的管理，为小广告提供了空间可钻；二则一些不法“勾当”有着生存土壤；三则从城市管理来看，对小广告缺乏更加智慧的管理惩治办法；四则在于乱贴小广告违法成本低。

如何让这些黏在共享单车上的“牛皮癣”无立足之地，须多方给力。首先，共享单车运营企业当负起责任。一方面，通过技术改造避免被贴小广告，另一方面也须加强日常维护，定期对车辆进行检查并做好清洁。同时，也应善于拿起法律武器对乱贴小广告给予有力回击。

其次，应在源头治理上下功夫。应该认识到，小广告是社会顽疾，只有将源头掐断才能杜绝。而在治理手段上也需要相关部门合力。

再者，须强化依法打击力度。《广告法》明确规定，“任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告。”否则，将“由有关部门责令停止违法行为，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款”。于此，对这些乱贴小广告的单位和个人，就须依法从严惩治，构成犯罪的，更要依法追究刑事责任。

锐评

找工作重“里”轻“面”折射成熟就业观

□ 苑广阔

这个特别的毕业季逐渐接近尾声，很多应届毕业生通过“云签约”定下了工作。随着就业市场的变化，年轻人的职业选择也呈现出新的特点。一些工作表面看着光鲜，可发展空间不大，一些工作看似不那么“高大上”，但能锻炼人、发展空间大，这类工作正受到年轻人越来越多的关注。（7月2日《中国青年报》）

一份网络调查显示，有70%以上的年轻人在找工作的时候更看重“里子”，而不是太看重“面子”。这份调查的背后，折射出的其实是年轻人就业观念上的一种变化，换句话说，和以前相比，现在的年轻人在找工作的时候，已经变得更加务实、成熟和理性。很显然，这是一种值得肯定的变化，这种变化的背后，意味着年轻人职业探索期的缩短，对应的就是职业黄金期的延长，这不管对于劳动者个人，还是对于他所供职的单位和行业，乃至整个社会，都是一件好事。

所谓工作的“里子”，主要包括所从事职业的薪资、兴趣、个人发展前景等比较务实的东西，而“面子”，则主要指的是所处的行业在社会上是不是具有较高的美誉度，自己的职业和岗位是不是光鲜亮丽，是通俗意义上的“好工作”等。不可否认的是，以前很多年轻人在求职就业的时候，确实把“面子”放在比较重要的位置，也就是比较在乎亲朋好友对自己所从事职业的看法，好像这样才能证明自己的身价，才能在别人面前抬起头来一样。

找工作过于看重“面子”会引发很多弊端，比如自己所从事的工作可能待遇不低，说出去也好听，但却不是自己喜欢的，和自己的兴趣、爱好、特长也不相符。更加重要的是，很多看上去光鲜亮丽的工作，其实每天就是在简单的机械重复，最终消磨掉了年轻人的工作激情，而且也缺乏成长空间。刚开始的时候，和那些在找工作更加注重“里子”的同龄人相比，可能差距不是很明显，但是假以时日，就会体现出明显的差距，比如人家升职了，加薪了，而自己还在原地打转。

年轻人找工作重“里子”轻“面子”，不但说明年轻人在求职就业的时候更加成熟和理性，而且也说明他们更加看重自身的价值和遵从内心的喜好，不再受到外界看法的左右。因为看重“里子”，所从事职业与个人各方面的匹配度也就更高，这一点在个人未来发展中有重要的意义和影响力，比如可以让劳动者在工作中获得乐趣，从而可以以更加饱满的热情投身工作，形成一种良性循环，从而成长为专业人士，乃至整个行业的翘楚和领军人物，实现个人价值和社会贡献的最大化。

年轻人职业观念的变化，对于用人单位来说，也是一个挑战，那就是如何对岗位进行优化，为劳动者提供更好的平台和更大的成长空间，而不是让他们年复一年进行简单机械的重复性劳动。如此一来，才能够既调动劳动者的工作热情，同时也避免人才的浪费。

垃圾分类得“环保金”，这个方法好

□ 何勇海

“这个垃圾收集站扫码投递垃圾。”6月28日中午，山东省广饶县尊悦城市广场商户蒋爱丽拿着几袋分类好的垃圾到垃圾中转站进行投递，当天她获得了2.88元的“环保金”。（7月4日《工人日报》）

垃圾分类是好事，也是难事。近年来，很多地方都在大力推广垃圾分类，出台了相关政策，投入了不少人力物力，然而效果却往往难如人意。垃圾分类难就在居民、商户等生活垃圾产生主体的垃圾分类意识普遍薄弱，积极性不强，不能从源头分类投放。在一些城市，有街道、居委会工作人员或志愿者现场指导监督的垃圾投放点，大多数居民还能做到分类投放，但在没有指导监督的时段或地方，不少人就开始乱扔，或者分类粗糙、不规范。

所以，还得从垃圾分类的源头即垃圾产生主体身上想办法、做文章、求突破，如果各类垃圾产生主体的规范投放意识能够增强，规范投放率能够提升，对整个垃圾分类工作就能起到事半功倍的引领撬动效果。“环保金”能有效提升人们的垃圾分类积极性，引导人们主动了解垃圾分类知识、参与垃圾分类行动。当然，“环保金”需要一定的资金投入，需要一定的成本，但算一算总账，一分“环保金”投入，就可能换来多倍的垃圾分类产出，“环保金”投入非常值得，对带“环保金”配置的垃圾分类项目，企业应该积极关注和参与，政府也应大力支持，给予补贴。



“蛋糕”之争

亲戚、朋友、路人……不管是谁，只要能拉来客户买房就有佣金拿。近来，部分开发商为提升营销效果采取“全民经纪人”模式引发争议。多家大型房地产中介企业对此公开抵制，认为该模式侵害了中介利益，可能引发走私单、利益纠纷、偷漏税等乱象。 新华社发 勾建山 作

来论

刘明炜，今年你的准考证别再“弄丢了”

□ 焦风光

因为疫情原因，牵动亿万家庭的高考在推迟一个月后，将在7月7日拉开帷幕。

明天，“十年寒窗”的学子将要“亮剑出鞘”，在人生竞技的舞台上挥毫泼墨。笔者是一个爱“蹭热度”的人，总想着要为这个“热得烫手”的话题写点什么。一时无从下笔，刚好在“刷屏”时看到一句话：或掐指一算，这两天朋友圈里又该出现“急寻准考证”的信息了。

这是一个很好的话题？非也！细心的人不难发现，“高考季”里，丢准考证的事年年发生。特别是一个叫“刘明炜”的考生，年年考试年年丢。后来，“刘明炜”

又改头换面，变成了“刘明婷”。信息里的内容同出一辙：急死了，求扩散，别耽误了孩子的高考。看了这样的信息，朋友圈里爱心泛滥，铺天盖地的“寻证”信息“刷屏”。第一年我们忙着转发，第二年写着“你咋不把自己弄丢了”再转发，第三年麻木了没转发，被人骂“冷血动物”，第四年就出现了“掐指一算”今年还要丢的“半仙”。我们向来不用恶意去诋毁爱心，直到在某省级媒体上看到一篇文章《刘明炜，你的准考证年年丢去？》，人们才如梦初醒。

其实骗子的技法并不高明，也无需揭秘。将精心比

心，要是你孩子的准考证丢了，你不急疯。如有好心人按照上面留下的电话打过去，才知道上当受骗了。东郭先生救狼的时候没有想到狼会忘恩负义，农夫救蛇的时候也不知道会被反咬一口。骗子可气吗？着实可气，因为骗子愚弄了大众的信任，消费了公众的爱心，败坏了社会的风气、搅浑了一池网络清水。受骗之后，我们能没有一点责任吗？看看“超大忽悠”如何怒怼“范厨师”：我骗你了吗？是你自己走着走着就瞎了。

“狼来了”的谎言伤了村民的心，狼真的来了，再也没有人出来喊打；“扶后反被讹”的案例侵蚀了善良的心灵，让人增加了几分麻木和纠结。“刘明炜”的骗局防不胜防，因为自媒体时代人人都是“麦克风”，都有发言权。让“刘明炜”从网络中消失，相关部门除了做好监管和引导外，公众更需要擦亮眼睛，去伪存真。明天我们的考生就要走进考场了，在此奉劝“刘明炜”，今年的准考证别再“弄丢了”。同时也警告“刘明炜”的缔造者，旧调重弹的伎俩也该收场了。这样，我就可以理直气壮地告诉那位“半仙”，今年你“掐指一算”算错了。

刘明炜，你可长点心吧，今年的准考证别再“弄丢了”。

辣汤

胡绪全时评专栏



希望更多商家主动「减塑」

□ 胡绪全

小小塑料管，环境污染源。我们喝饮料、喝酸奶，使用塑料吸管再正常不过，但是这些吸管使用后进入垃圾场，由于体积小难以被垃圾处理器抓取，进而被回收再利用。因此，大部分塑料吸管的最终命运是落入垃圾填埋场，多年都难以降解，影响土壤、环境，还有很多会漂浮在海洋上，对海洋生物造成严重危害。

越来越多的意识到塑料吸管的危害，开始主动停止使用塑料吸管。

媒体报道，6月30日起，麦当劳中国将在北京、上海、广州、深圳近千家餐厅的堂食率先实施这一举措，消费者可通过新型杯盖直接饮用不含固形物的冷饮，例如可乐。麦当劳中国表示，相关减塑举措将于2020年内覆盖中国内地所有餐厅。届时，预计每年可减少400吨塑料用量。

主动“减塑”，不光是麦当劳，近几年，肯德基、星巴克、喜茶也都在中国市场进行了替换塑料吸管的行动。这样的企业是为限塑环保带了个好头，值得点赞。

塑料制品在方便人们生活的同时，也带来了令人头疼的问题。英国一家媒体称塑料是人类最糟糕的发明，因为对塑料的处置非常困难——由于塑料物理化学结构稳定，在自然环境中可能数十至数百年都不会被分解。而且，科学家在人类的乳汁、粪便里都发现了微塑料的存在，说明塑料已经进入人类的食物链，其潜在影响不容忽视。

超市购物用塑料袋，市场买菜用塑料袋，餐饮外卖用塑料袋，网购产品包装用塑料制品……在2008年国务院办公厅就下发了《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》，虽然取得了一定效果，但是相较于我国每天30亿个塑料袋的使用量，“限塑令”后平均每年节约的几十亿个塑料袋数量，显得微乎其微，“减塑”行动道阻且长。

“限塑令”实施后喜少忧多，各地存在落实不平衡、执行力较差等问题，一方面是商家为了提升顾客的满意度，没有按照国家规定对塑料购物袋收费，消费者少了自带购物袋的麻烦，也乐于接受免费提供的塑料袋；另一方面，符合要求的包装替代品供应不足，或替代品成本较高，也限制了商家和普通群众自觉践行“限塑令”的积极性。

正是看到这样的问题，今年初，“限塑令”升级版出台。国家发改委、生态环境部印发《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，由单纯从消费层面限塑转向产品全生命周期管控，对生产者和管理者提出了更高要求。比如，在生产源头上，要求企业按照减量、减排的行业标准依法生产，同时加强技术创新，研发推广可再生、可降解塑料制品及塑料替代产品，增加绿色产品供给。

意见还明确要求到2020年底，直辖市、省会城市、计划单列市建成区的商场、超市、药店、书店等场所以及餐饮打包外卖服务和各类展会活动，禁止使用不可降解塑料袋，集贸市场规范和限制使用不可降解塑料袋；到2020年底，全国范围内餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管。

在很多商家依然使用塑料产品我行我素的背景下，麦当劳中国主动“减塑”，是一种环保自觉，带了个好头。希望更多的商家主动早日加入到“减塑”的行列，为建设美丽中国尽一份力。

微评

@人民微评

【谁都没资格嘲笑劳动者】打骂网约车司机嫌疑人被刑拘，该！打骂一名父辈年龄的长辈，目无尊长，缺乏伦理之道；嘲笑靠双手创造美好生活的劳动者，实无资格，缺少敬畏之心。每个自力更生者都应该获得尊重，每一种不法行为都应该被制止。一个人可以不伟大，但绝不可以猥琐。

@新华锐评

【别把孩子留在“隐秘的角落”】近日，湖南省平江县公安局发布通报，平江县一男子看着邻居家4岁幼童时，因疏忽将其反锁在车内数小时，致其死亡。高温密闭的空间、数小时的煎熬折磨，一个幼小生命的逝去，让人油然而生沉重压心之感。我们需要思考的是，如何防止类似的悲剧再发生。一方面，家长要提高警惕，时刻绷紧安全这根弦，更负责、更细心。另一方面，还需要借助社会的力量编织起细密的安全网，构筑起保护孩子的坚实防线。希望在全社会的共同呵护下，孩子们成长路上“隐秘的角落”越来越少。

@新华微评

【二手平台岂能假货横行】假酒假包泛滥，过期食品繁多，一些二手交易平台对假货睁只眼闭眼，让假冒伪劣大行其道。经营之道，货真价实是硬道理，诚实守信才能走得远。靠假货引流、赚快钱，坑了消费者，坏了市场信用，为法律所不容。对此乱象，不能听之任之，要敢于动真格，依法严厉打击，落实平台监管责任，坚决遏制这股制假售假歪风。