



热线 86901890



文明安全是国庆假期最大的收益

程绍德/文

得益于天气晴好，阳光明媚，今年的国庆假期，市民出游热情高涨。10月8日，记者从市文化和广电旅游体育局获悉，国庆黄金周期间，全市旅游市场疫情防控工作扎实有效，旅游市场平稳有序，各景区严格落实“限量”“预约”“错峰”制度，未接到重大旅游投诉，无重大旅游安全事故发生。截至10月7日12时，全市重点旅游景区（景点）共接待游客121.93万人次，同比增长2.53%；实现旅游门票收入948.12万元，同比增长

32.87%。（详见本报10月11日1版）

随着我国经济持续繁荣，国民生活水平不断提高，旅游已经成为人们的一种生活常态。出门旅游，不仅仅是游玩，也是一种休闲，更是一个体现素质、展现修养的过程。文明旅游，重在细节，美在德行。一些不文明行为及相关安全事故时有出现，不仅让游客出行的心理压力骤然增加，也让节日旅游市场蒙上了阴影。

国庆假期刚刚结束，从媒体上看到各地都在忙着统计接待游客的数量和旅游收入，而结果无一例外都是形势喜人。尽管如此，也并不能说明这个国庆假期就是完美无缺

的。各大景区乱扔垃圾、随意插队、乱写乱画、商家宰客等不文明现象的存在，以及各种意外事故的发生，给景区和游客造成多少损失，给相关工作人员增加多少劳动量，给城市文明带来多少损伤，这些“成本”不能忽略不计。

今年国庆假期，市文化和广电旅游体育局积极倡导宣传文明旅游，并对旅游市场、安全、值班等工作进行了周密的部署，通过凝聚合力抓落实，统筹推进疫情防控和假日旅游。同时，我市各旅游景区还安排志愿者为游客提供咨询、导览等服务，并通过公众号、媒体等信息平台提前发布网络预约渠道和疫情防控政策，引导游客合理安排行程，取得了很好的效

果。而游客们更是以高素质行为保障自身出行健康、安全，守住温岭文明旅游底线。

国庆假期本是文明休闲的假期，只有经济和文明、安全并行，才是一个和谐有序且有价值的假期。今年国庆假期，我市多个景区为了拉动旅游经济，推出一系列活动，广大游客热情参与，满意度较高，总体上呈现出“城市休闲复苏，周边旅游活跃”的市场特征，这固然令人欣喜，但在我看来，整个假期温岭全市旅游市场疫情防控工作扎实有效，旅游市场平稳有序，未接到重大旅游投诉，无重大旅游安全事故发生，这才是最大的收益。

不能为了“金山”当“毒霸”

郭元鹏/文

10月15日，在国家互联网信息办公室指导下，北京市网信办针对“金山毒霸”应用软件弹窗推送诋毁革命烈士邱少云内容问题，依法严肃约谈“金山毒霸”主办方北京猎豹网络科技有限公司负责人。

“金山毒霸”事件，不仅伤害了我们的良善之心，还造成了流量传播价值观的错位。因此，给“毒霸”消毒是当务之急。北京市网信办责令立即停止违法行为，暂停弹窗信息推送功能30日，进行全面深入整改的做法是理所当然的，这是对所有想要“金山”而当“毒霸”者的一次警醒和教训。我们就是要形成要“金山”不要“毒霸”的舆论氛围。

北京市网信办依据《中华人民共和国英雄烈士保护法》《中华人民共和国网络安全法》，对“金山毒霸”应用软件违法行为进行行政立案处罚，这是正义的举动，其抚慰的是家国情怀的伤口，其消杀的是有毒的流量。知错能改善莫大焉，亡羊补牢为时不晚，怕就怕有的人“亡羊”了还不愿意好好“补牢”。

“金山毒霸”的这次事件，暴露出的问题是严重的。一个方面是，如此严肃的英烈话题，何以能够被扭曲呈现？难道仅仅是失误？虽然诋毁英雄的内容确实是存在一个问题的，需要通过加强算法综合治理，实现以主流价值为导向驾驭算法。

第三方发布的，但是作为网络载体，还有一个审查把关的责任。也就是说，所有网络载体都必须管好自己的“一亩三分地”。就好比我们将场地和房屋租赁给他一样，不能收了租金就啥事不管，岂能明知道对方是贩毒的和卖淫的，还租赁给他们？

一个方面是，弹窗是有底线的。弹窗不能惊扰他人的生活，不能想推送什么内容就推送什么内容，推送的内容必须符合公序良俗，必须符合法律底线，必须符合社会主义核心价值观。一条诋毁英烈的内容都能被推送出去，“流量为王”岂能变成了流量“耍起流氓”？大数据时代的“算法推送”暴露的问题十分严重。

我们需要关注的不仅是“金山毒霸”个案，应该对整个网络时代加以反思。要经营的“金山”没有任何问题，但是谁都不能为了“金山”当“毒霸”，更不能用“毒霸”换“金山”。各类网络平台都要切实履行主体责任，坚持正确价值导向，大力弘扬网上正义正气，切实维护良好网络秩序。

“用主流价值导向驾驭‘算法’”是习近平总书记明确提出的要求。当前，既要把握人工智能发展趋势，用得好，也要管得住，有效防范算法滥用带来的风险隐患，比如只依据点击率的“流量算法”“流量推送”是存在问题的，需要通过加强算法综合治理，实现以主流价值为导向驾驭算法。

炒完球鞋炒鞋盒，总会有“讲故事”

郑建钢/文

潮文化驱使下，鞋盒也拥有了和球鞋一样的地位，引得各路潮人蜂拥而至。二手平台上，阿迪达斯Yeezy100多元的原装鞋盒卖到280元。电商平台上，原创鞋盒价格从几十元到几百元不等，部分品牌商家已实现月销鞋盒上千个。LV一款鞋盒更是以24万元的价格，刷新了鞋盒价格的“天花板”。

按理说，鞋盒无非是用来包装鞋子的，哪怕材质再高级，制作再精致，充其量也只是属于包装用品，不应该喧宾夺主，炒出几万、几十万元的天价，不断刷新鞋盒价格的“天花板”。

拥有奢侈品牌的潮流鞋盒，便具备了社交圈子里炫耀资本的实

力，这是身份的象征。只有具备了这种象征性符号，才能取得圈子里的认同，得到热炒后的满足。影片《伊莎贝拉》里有句台词是这样说的：“如果没有劳力士，不是别人看不起你，而是根本看不见你。”以貌取人、以金钱衡量实力，是陌生人社会简单粗暴的法则。炒家认为，便宜的鞋盒怎能配得起时尚满满的潮鞋呢？鞋盒除了满足基础的收纳功能，还具备高“颜值”、可叠成鞋墙等功能，所以才能吸引一众粉丝，显得格外有范儿。这就是鞋盒跟着球鞋热炒的现实基础。

鞋盒价格炒上天，与其说是钱多人傻，还不如说确实有人兴风作浪，故意编造故事恶意哄抬价格，怂恿追星族热捧球鞋、鞋盒，从而让原本就小众化的鞋盒成倍地放大了稀缺性，导致价格火热上升，成为昂贵的收藏品。

近年来，吃瓜群众见证了太多

的诸如生产资料、股票、债券、房地产、红木乃至名酒、药材、球鞋等市场暴涨暴跌的行情，这虽然是由资本的逐利性决定的，却也暴露了投资者盲目、焦虑、浮躁的心态。在市场经济中，游资的狂热恶炒对市场秩序损害极大，决不能任其野蛮生长。

要让价值回归，既需要由法律立下规矩进行规范，同时更需要广大的投资者时刻保持清醒的头脑，决不能人云亦云，见风就是雨，人家挖了一个坑就立马奋不顾身地往下跌，全然不去考虑接下来将会产生什么样的后果。

巴菲特曾经说过，如果牌过三巡，你还不知道牌桌上谁是傻瓜，那么你就是那个傻瓜。面对市场上形形色色投资获利的忽悠，只有戒贪、戒头脑发热、戒盲目跟风，保持必要的定力，才不会成为“那个傻瓜”。

严肃换届纪律 牢记“十严禁”

中共温岭市委组织部 温岭市融媒体中心 共同倡议

- 一、严禁结党营私 二、严禁拉票贿选 三、严禁买官卖官 四、严禁跑官要官 五、严禁个人说了算
- 六、严禁说情打招呼 七、严禁违规用人 八、严禁跑风漏气 九、严禁弄虚作假 十、严禁干扰换届