

让生命安全从“课堂认知”变“行为本能”

椰锐评

近日,“自护安全教育”课程《预防溺水,学会急救》走进海口市白龙小学,志愿者为全校100名学生系统讲解了防溺水知识和智慧救援方法。当前,中小学生溺水等安全风险依然存在,只有上好生命安全这门“必修课”,将生命安全从“课堂认知”转化为“行为本能”,才能为孩子的平安成长保驾护航。

玩水是孩子的天性,尤其在天

气炎热时,他们更容易私自或结伴前往水域玩耍、游泳。然而,看似平静的水面下往往暗藏危险。部分孩子因认知不足而放松警惕,最终导致溺水悲剧的发生。数据显示,溺水是造成1至14岁儿童伤害致死的首要原因,但约90%的溺水事故其实是

可以预防的。除了口头劝阻,更重要的是教会孩子如何识别和防范危险。

在本次课程的防溺水教育环节,志愿者们结合真实案例,向学生们讲解了

“六不准”黄金法则;情景模拟环节中,同学们学习了“呼、叫、伸、抛”等智慧救援方法;急救技能教学环节,志愿者们还指导学生现场体验心肺复苏的全过程。这堂生动而实用的课程“干货满满”,既强化了学生的安全意识,也传授了科学有效的应对方法。引导学生“防患于未然”,并在确保自身安全的前提下“挽救生命于危难之间”,这种教育方法不仅让他们“知危险、避危险”,更深刻理解生命的珍贵。

除了溺水,交通事故、火灾火险、不当用电等安全隐患也时刻威胁着孩子的安全。家长和老师难以做到寸步不离地照看,这就要求安全自护教育必须常抓不懈。它不能只是偶尔才“进校园”的一堂课,而是要反复强化,让学生牢记于心、化为本能。

学校应不断创新方式方法,让安全自护教育成为贯穿学年、常讲常新的系统课程。家长也应积极配合学校,担起监护责任,不仅要经常提醒孩子提高警惕、远离危险,还要

随时关注他们的去向与安全。社会各方同样需要加大宣传力度、落实防护措施,例如确保水域周边警示牌和救生设备齐全、加强日常巡逻,在上下学时段组织护学岗保障学生安全,定期做好校园及周边的水电、食品安全隐患排查……只有多方协同发力,共同织密织牢“安全网”,才能让“花儿与少年”远离危险,在阳光下茁壮成长。

吴翠霞

一家之言

别让消费积分沦为商家“免责工具”

消费积分是商家对消费者“鼓励性消费”的一种奖励,有的积分可兑换限定产品,有的则可以享受会员专享折扣。《法治日报》记者近日调查发现,商家未提前通知消费者就将积分清零的情况时有发生。北京市消费者权益保护法学会常务副会长段威认为,积分本质是“消费对价的一部分”,商家单方面清零且不告知,与“侵占消费者财产”无异。

(10月12日《法治日报》)

在数字化消费时代,消费积分本应是连接商家与消费者的桥梁,是激励持续消费、增强用户黏性的有效手段。然而,当积分制度被异化为规避责任、模糊权益的“挡箭牌”时,我们不得不警惕:消费积分正从一种服务机制,悄然沦为部分商家的“免责工具”。

积分设立的初衷,是商家对消费者的一种回馈与诚意。然而现实中,不少积分规则设计复杂:有效期短、门槛高、限制多,甚至被单方面随意修改。更值得警惕的是,当商品或服务出现质量问题时,一些商家以“已赠送积分”为由拒绝进一步处理,试图用虚拟积分抵消应尽责任。这种“以分堵嘴”的做法,实则是对消费者权益的轻视与漠视。

消费积分沦为“免责工具”,本质上是商家责任意识的退化。《消费者权益保护法》明确规定,消费者享有公平交易权和求偿权等基本权利。积分补偿不能替代法定责任。商品存在质量问题,服务未达约定标准,商家理应依法退换或赔偿,而非以积分敷衍了事。将积分作为“息事宁人”的手段,不仅违背制度初衷,更侵蚀了市场诚信的根基。

此外,积分规则的不透明加剧了消费者的弱势。许多条款藏身于冗长协议中,消费者往往在权益受损时才发觉“被套路”。而商家则以“规则已公示”为由推责,忽视了应尽的信息告知义务。真正的公平,不仅在于“有规则”,更在于规则是否合理、透明、可被执行。

要让消费积分回归本质,需要多方共同努力。商家应秉持诚信,明确积分规则,杜绝隐性陷阱;积分补偿应作为额外福利,而非责任豁免的“赎罪券”。监管部门应加强规范,明确积分与法定赔偿的界限,防止借积分之名行推责之实。同时,要完善投诉与仲裁机制,为消费者提供便捷的维权渠道。消费者也应提升维权意识,对不合理条款勇于发声。

消费积分,本应是温情的连接,而不应成为冷漠的推诿。唯有商家真正尊重消费者权益,摒弃“免责思维”,积分制度才能焕发应有的价值。我们期待一个更加透明、公平、有温度的消费环境——在那里,积分是诚意的表达,而非责任的逃避。

汪昌莲

投稿邮箱:hkrbpl@163.com
本版言论仅代表作者个人观点

一事一议

从“睡帐篷”到“捡土豆”,是“真心”换“真金”的反思

今年国庆假期,国内酒店价格暴涨,一些酒店房间价格比平时贵出10倍甚至更多。不过,这届游客也没“惯着”众多涨价的酒店,多地网友晒出当地游客路边搭帐篷过夜的视频。

——观察者网

今年“双节”假期,许多年轻人在旅游途中不再选择入住酒店,而是在山脚、公园、路边等地支起帐篷过夜。一边是五颜六色的帐篷“遍地开花”,年轻人在这种经济又自在的方式中乐在其中;另一边,不少酒店的入住率却未达预期,空房率有所上升。这反差引人深思,甚至引发了年轻人正在“整顿”文旅市场的调侃。

表面上看,帐篷的“崛起”似乎让酒店不“香”了。而实质上,这反映出年轻人正以自己的方式抵制“逢节必涨”的霸道,也是对“忽视游客体验”的消费环境的反击。一直以来,部分经营者拿捏游客“不想住也得住”的心理,在节假日期间大幅提价。然而,即便游客花了“天价”,仍可能开出设施老旧、服务不佳等房间“盲盒”。这种缺乏诚意的举措,难免引发年轻人的反感,促使他们选择把钱省下来,将更多预算用于餐饮与体验,追求“吃得好,玩得好”。

待客之道的优劣,人们心中自有评

判。与部分酒店急功近利涨价形成鲜明对比的,是内蒙古为外地游客送上的旅游惊喜:农民秋收后遗留的土豆不仅允许游客免费捡拾,官方还发布了“捡土豆”路线,让意犹未尽的游客玩个过瘾,甚至有当地人免费架起柴火帮游客烤制土豆。这一举措看似“白送”不赚钱,实则为当地文旅积蓄了口碑与人气。让游客感动的,不只是免费的土豆,更是那份友善与人情味。这样的做法,难道不比“只涨价不提质”来得更有远见?

从“睡帐篷”到“捡土豆”,种种现象表明,文旅行业是时候转变思路了。归根结底,只有真正抓住游客的心,真心实意为他们创造更好的体验,让每花一笔钱都不冤、来了之后不后悔,才能持续提升旅游吸引力,实现长远发展。

事实上,人们出门旅游并非不愿意消费,而是不愿为不合理的溢价和低质量的服务充当“冤大头”。文旅行业唯有真正以游客需求为中心,采取切实举措——例如将单纯的酒店涨价换成物美价廉的文旅推介产品,为“睡帐篷”的游客开辟安全的场地,提供可移动卫生间,加强治安管理等。只有秉持“真心换真心”的理念,不断更新经营思维、提升服务质量、重塑旅游体验,才能与游客实现双向奔赴,而非渐行渐远。

吴翠霞

世相漫议



多方守护校园美好「食」光

王发东 作

GREEN

绿色生活, 低碳出行



中宣部宣教局 中国文明网