

# 安全与“全安”



陈飞鹏

“患生于所忽，祸起于细微。”近日，关于安全话题的讨论，让刘向2000多年前发出的这一警示，尤其意味深长。

安全年年谈，事故年年有，很重要的一个原因，就在于我们忽视了那些细微处隐藏的风险。诚如网友所言，每一次安全事故都像一盏“探照灯”，虽然残酷，却能照出真实问题，使一些平日里看不到或者被忽视的真相凸显于眼前。

远的暂且不谈，就拿现阶段来说。人们从成都一小区电梯内电瓶车着火事故，看到了公共安全的隐患；从甘肃“白银越野事故”，看到了国内群众性赛事背后的行业隐患；从湖北

十堰市集贸市场燃气爆炸事故，看到了安全生产的隐患……这些既是威胁公众人身财产安全的现实隐患，也是冲击人们对公共安全信心的心理隐患。

如何及时发现和排除隐患，防患于未然？如何从事故中吸取教训，继续稳步前行？两个重要途径，一个是“查”，一个是“补”。德国发明家帕布·海恩曾提出：“每一起严重事故的背后，必然有29次轻微事故和300起未遂先兆以及1000起事故隐患。”这就是著名的“海恩法则”。根据这一法则，各个领域的安全管理工作重点是聚力查找风险苗头和安全隐患，把问题“扼杀”在萌芽状态。查的过程，既离不开主政者“守土有责、为民负责”，在一道道关口严防以待、主动作为；精密防范，也需要善用社会公众的智慧和力量化危为安。这不仅因为，“公众的眼睛是雪亮的”，晒出来的安全隐患往往能直指真实问题；更是因为，在公众关注下，隐患的背后凝结着社会关切，影响着安全预期。换句话说，对事故和隐患的正确态度和负责行动，本身就是提升社会安全

感的基础工程。

近期，由中央到地方，自上而下，严密部署，把安全摆在更加突出的位置，全面压实工作责任，全力消除风险隐患，切实保障人民群众生命财产安全，为建党百年营造平安稳定的社会环境。这恰恰凸显了“查隐患”的重要性，做好这个“起手式”，我们责无旁贷。

实践证明，安全隐患是可以“查出来”的。但面对“海量”风险，谁也无法保证不会有“漏洞之鱼”，这就需要把安全网织密些，把漏洞“补起来”。事实上，在一次次事故拷问面前，人们早有共识，思想、责任、机制、监督等各个环节上存在的些许漏洞，让安全隐患“暴雷”有了可乘之机。因此，避免“千里之堤，溃于蚁穴”的后果，势必要树牢安全理念，筑牢“思想防线”；加强问责力度，压实“责任防线”；依托先进技术，完善“机制防线”；狠抓整改落实，铺好“监督防线”……这一道道防线组成了缜密的“安全网络”，客观上为确保“万无一失”创造了可能。但还有一道防线亟待补上，那就是“信心防线”。

面对事故，确定思痛，是选择沉沦

痛还是奋起改变，信心充当着“关键变量”。1998年，德国城际高速列车发生了死亡101人的惨剧。事故发生后，德国铁路公司进行了长达5年的技术调查和法律审判，努力改进技术，严格规范，时至今日，高铁仍是德国人出行的首选。从中不难看出，信心是完全可以重拾的。因此，事故发生了，需要对公众疑虑和关切的每一个安全隐患都作出“真诚负责任”交代；让调查处理过程公开透明，使公众得知真相；对存在的质量、腐败、失责等一系列问题追究到底、毫不手软；查清事故原因，作出经得起历史检验的结论，进而采取科学有效的改进措施。唯有这样，才能真正堵住安全漏洞，增加安全系数，帮助人们找到安全信心的“生长基点”，获得更多安全感。

安全，是一项不断尽善尽美的事，最高境界是“全安”。无论是重心前移查隐患的“事前诸葛亮”，还是总结反思补漏洞的“事后诸葛亮”，都是为了规避事故、守护公众，需要每一个人认真对待、贡献力量，共同推动这项事业“由缺到圆”、臻至完美，真正打造一个“安全闭环”。

## 用心读懂这枚纪念章

艾才国

荣誉如金，历久弥新。在建党百年到来之际，我市按照上级统一部署，启动“光荣在党50年”纪念章颁发工作，全市2.47万名老党员获此殊荣。这不仅是对老党员在党爱党、在党为党、在党忧党的充分肯定，更是传递党的关怀温暖的务实之举。这不是一枚普通的纪念章，每一名党员都要从纪念章上，用心读懂其丰富的精神内涵。

纪念章上有金灿灿的荣誉。“光荣在党50年”纪念章上，镌刻着无数人的奋斗足迹，蕴藏着在党为党的精神

内涵。所有“光荣在党50年”纪念章获得者，50年来，始终牢记“共产党员”这一身份，知党信党跟党走，坚守党员就得有党员的样子，平常时候看得出来，关键时刻站得出来，危急关头豁得出来，立足平凡岗位，用“一贯表现良好”去书写忠诚与担当，勤勤恳恳为党工作50年，任劳任怨为人民服务50年。颁发“光荣在党50年”纪念章，既是对优秀党员的认可与肯定，更是对他们坚守初心使命的一种致敬。这金灿灿的荣誉，必将增强党员的荣誉感、归属感、自豪感。

纪念章上有沉甸甸的责任。“革命尚未成功，同志仍需努力”。当前，新时代全面建设社会主义现代化开启新征程，实现“十四五”规划和2035年远景目标还需要全体共产党人团结和带领人民群众不懈奋斗，这是新时代赋予共产党员的责任。无疑，“光荣在党50年”纪念章是新征程的“启动键”，是引领共产党员履职尽责的“集结号”，会让每一名党员感受到肩下沉甸甸的责任，从而进一步提振精气神，调动起奋勇争先的激情，以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，肩负起新时代共产党人新使命。

纪念章上有殷切切的期盼。一枚枚闪光纪念章，就像一双双眼睛，也在时刻提醒和期盼全体党员，尤其是年轻党员，以前辈为榜样，像“光荣在党50年”纪念章获得者那样学习与工作，自觉听党话、感党恩、跟党走，以当前正在开展的党史学习教育为抓手，进一步筑牢思想之基、传承意志之本、升华思想之源，知行合一，不负韶华，冲锋在前，对党感恩一生、回报一世。“光荣在党50年”纪念章，是荣誉也是激励，是镌刻也是传承。让我们用心读懂“光荣在党50年”纪念章的精神内涵，从中汲取强大的精神力量，在奋发进取中展现新担当、新作为、新气象。

## 让非遗传承更有生命力

徐剑锋

近日，国务院公布第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，天台山易筋经入选“传统体育、游艺与杂技”项目。(6月11日《台州日报》)“夫源远者流长，根深者枝茂”，深厚的历史积淀为我市孕育了丰富的非物质文化遗产。像天台山易筋经等非遗项目，即便在今天看来，仍然具有积极健康的“正能量”，而且给人一种亲切感、自豪感。

目普遍出现传承人老龄偏大问题，甚至后继乏人而面临失传的严峻挑战。抢救活着的文化和历史，是一项“与时间赛跑”的使命，政府、社会和我们每个人都要有历史的紧迫感。让非遗传承更有生命力，关键要解决后继有人问题。当下而言，要充分发挥这些顶级甚至泰斗级非遗代表性传承人的作用，既要利用现代影像技术，真正记录非遗知识和精湛技艺，为后人留下珍贵资料；也应通过政府资金扶持、政策激励、给予授艺补贴等，吸引一批年轻人加入非遗传承行列，通过师徒结对、传帮带面授，为非遗的有效保护、

合理利用、传承发展打开一扇窗。“从娃娃抓起”是一句常挂在我们嘴边的话语，非遗传承亦是如此。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》明确提出，非遗传承和传统文化传承要全方位、全学段、全过程融入从幼儿园到大学直至继续教育。这几年，台州在非遗进校园上下足功夫，一方面要通过喜闻乐见的形式，宣传非遗文化，让学生进一步了解非遗、走近非遗、爱上非遗；另一方面要结合乡土文化教育，搭建平台载体，让传承人、手艺人走进学校，开展非遗技艺制

作、实物展示等活动，使非遗传承不“断档”，让濒临失传的技艺有生机。让非遗传承更有生命力，归根结底还要用市场元素、创新基因去激活，为传承人的生存找到广阔市场。换句话讲，非遗要“活”在当下，就要融入人们的生活，通过构建“非遗+”的多元化市场体系，让这块“活化石”在讲述地方灿烂文化的同时，更成为文化产业、乡村振兴新的经济增长点。只有顺着这样的思路，非遗的传承与保护才能以“正人先正己”的姿态，求得制度化的正解，焕发持久的勃勃生机，释放出的价值也可能是“倍增效应”。

## “填”出人生新高度

刘天放

随着高考结束，接下来便是另一场特殊的“考试”——填报志愿。很多人认为，这是一场难度不亚于高考的另类考试，此话有一定道理。在如今大学教育已由“精英”转为“平民”的情况下，大学不难考而填报志愿难，已经成为现实。填报志愿的依据，当然取决于高考分数、分数即实力。而选好学校后，进而也是选择专业。专业的选择更多基于考生的个人兴趣，是选择目前的“热门”专业，如网络安全、人工智能、

大数据等，还是恪守初衷，以兴趣爱好为选择依据，或是随波逐流，或是按照家长老师的建议选择，都需要考生有深度的思考。正如前文所述，填报志愿是另一场特殊的“考试”，因此，也可视其为一门“艺术”。面对五花八门的“冷门”与“热门”专业，考生需要结合自身实际，选择好自己中意、理想的大学和专业，否则，就有可能耽误自己，还将无谓消耗甚至浪费有限的高等教育资源。必须承认，我国高校目前在专业设置上还存在一些问题，专业设置并

没有完全与国家和社会的发展同频共振，甚至有些专业明显过时。这也是教育部近年来不断调整普通高等学校本科专业、甚至撤销一些专业的根本原因。另有一些高校专业的设置，为了赶时髦匆匆上马，徒有其表，有些则由于专业师资和硬件设施短缺，实际上达不到要求，这些都需要考生事先充分了解。当然，多数高校的办学条件还是很不错的，能够满足考生个人以及国家发展的需求，这就要求考生根据考试成绩、兴趣爱好、专业能力等做好长远规划，不仅要专业的“冷热门”

为依据，更要以自身的追求去选择，以最大化发挥自身的兴趣、特长，为未来发展着想，如此才能把专业选择得足够惬意。最后，无论怎样填报志愿，是遵从内心，或参考家长和老师的建议，抑或是其他原因，应该牢记的是实现自身的价值和理想，也要兼顾国家利益和发展大局。这绝非说大话，因为个人理想只有靠国家的发达兴旺才能变为现实，这也是站在更高层次自我。只有让自身的专业发展与国家联系在一起，才有更深刻的意义——填报志愿，当“填”出人生新高度和新境界。

陈飞鹏整理

### 微事微议

► 根据《农产品地理标志管理办法》规定，全国共有186个农产品获得农产品地理标志登记证书。其中，三门青蟹、三门血蚶就拿下了这项“国字号”认证。(据《台州晚报》6月15日5版)

► 雨中恋人：三门青蟹、三门血蚶成功入选国家农产品地理标志，收获的不仅仅是证书、口碑，更有无形的市场竞争力和品牌附加值，值得点赞。

► 领悟：商标兴农，品牌富农，在些大学生玩的是溯溪运动，但没有溯溪经验，网上看到觉得比较好玩，就报名拼团，结果被困。幸运的是，最终都安全回来，但救援的成本较高，天台和宁海均出动了大量的人力物力参与救援。

► 远走高飞：乘着地理标志产品保护的“东风”，在产品生产主体和市场之间搭建多种形式的对接平台，加快打通产销一体化的“最后一公里”，让更多的地理标志产品抢占市场高地、飞上消费者的舌尖。

► 上海65名大学生，冒雨玩溯溪，而且走的不是寻常路，是驴友自己开发的路线。结果，因暴雨被困山野，天台紧急出动200多人参与救援，天春应急救援队救出其中23人。14日，大学生加2名司机，67人被困人员已安全回到上海。(据《台州晚报》6月16日3版)

► 踏山河：在户外极限运动事故救援中，由当地消防、公安、景区为代表的政府救援队伍和以商业救援、公益救援为代表的社会力量救援队伍所组成的联合救援，是主要的救援组织形式，从而导致救援的高成本。如果因为驴友任性而为，却让公共资源来买单，这是纳税人无法接受的。

► 沉默是金：当驴友意识到要为自己的鲁莽行为买单时，或许就不那么任性冒险了，这是大学生受困山野带给我们的最大警示。



扫一扫，下载台州新闻客户端 关注更多评论 手机阅读 转发推介 留言互动

## 七日谈

浙江新闻名专栏

蔡铭耿

连日来，云南野象群北上迁徙的故事成为全网热点，不仅引来亿万网民围观，还成功吸引了西方媒体的争相报道，但他们纷纷把目光投向中国西南，不改往日带着“有色眼镜”的报道风格，而且一片赞誉之声。

没有剧本，没有导演，看似意外的走红，其实背后是当地政府和群众的精心守护，不仅官方出动了一支由360人、76辆汽车和9架无人机组成的工作队追踪大象行踪，并辅之以一系列配套应急措施，沿途百姓也对大象友好对待，这些都最大限度避免了人象冲突。虽然投入了大量的人力物力精力，最初40天就造成直接经济损失近700万元，但并没有引起人们的反感，反而让“进击的中国野象”成为国际明星，向世界展示了真诚、负责任、有担当的中国，体现了中国的软实力。

这其中，有外媒用两个“幸运”评价中国的护象行动，我认为非常贴切，“在其他地方，它们会因为数量过多而被淘汰。幸运的是，它们在中国被列为濒危物种。大象有巨大的胃口，维持它们的生活需要高昂的开支。幸运的是，中国地方政府补偿了农民，否则它们会剥夺人们赖以生存的生计”。这就是非常优秀的传播案例，既看到了官民携手不遗余力保护生物多样性，也看到了当地政府兜底保障为农民解除后顾之忧，这种潜移默化宣传效果可以说远超一切巨资投入的形象片。

由此也引发我们的思考，即如何讲好中国故事，传播中国声音。“一路象北”展示的并非宏大叙事或空洞说教，只是简单记录了野象群的日常生活，但恰恰是不加修饰的朴素细节，蕴含着人们最普遍最真实的情感表达，包括对大象的喜爱和怜悯，对象群迁徙路径的好奇，对沿途损失可能引发人象冲突的担忧。一切的发生过程都毫无保留地呈现在全世界人民眼前，让大家从“人象和谐共处”中再次感受到了中国“化危为机”的专业应对能力。

文化是人类共通的语言。展现中华传统文化美德，也是“一路象北”能够引发共情共鸣的原因之一。在抖音、youtube等国内外社交媒体上，我们看到的都是温情的消息，比如居民主动忍受生活不便为大象让路，农户即便被吃了庄稼也就笑着说“大象是饿了，又不是故意的”，展现了人性的善良与淳朴。这也说明，只有那些充满人性关怀、给人精神愉悦的故事情节，才有一种打动人心的力量，而这与传播作品主题是否宏大、制作是否大气并无直接关联。

“一路象北”是如此，之前将非遗文化传播海外的李子柒也是如此。她在海外社交媒体发布的内容，甚至连英文字幕也没有，但还是“征服”了世界网友，其中就蕴含着中华传统文化的精神内核，比如仁爱、勤劳、勇敢，与自然和谐相处，以及尊敬亲人、热爱生话、热爱家乡。而这种中华传统文化传递出来的价值理念和精神追求，是最有可能触动我们每一个人的，无论国界。

有句话形容“一路象北”的成功恰如其分，“当我们与世界共情的时候，我们就是世界的一部分”。这也告诉我们，讲好每一个贴近现实生活的中国故事，传递富有人情味、烟火气的中国形象，就是有效的文化传播。

## 守护平安



## 消费之变也是生活之变

江帆

“投资什么都不如投资健康”，这一观念正在深入人心。今年的“6·18”购物节中，健康消费成为新热点，同比增长强劲。京东健康开场15分钟，整体成交额同比增长超8倍；百度“全家健康节”首日10小时成交额超去年双十一总额。曾经只是“配角”的健康商品，如今乘风破浪盖过了传统消费商品，摇身变为名副其实的“爆款”。

健康消费能在“6·18”中“C位”出道，也是近年来消费新发展的一个缩影。随着老百姓生活愈加丰富，衣食住行、柴米油盐之外有了更高的追求——健康。而健康消费决不等于将药店搬到线上，更不局限于血压计、血糖仪这类传统医药器材。相反，它是消费升级的一扇绝佳观察窗口。

消费的主力在改变。眼下，最热衷于健康消费的人群并不是中老年人，而是年轻一代。奔三的“90后”们热衷买枸杞，刚踏入社会的“95后”购入体检套餐，还没出校园的“00后”采购健身设备……习惯了“上网冲浪”的年轻人开始主动学习科学的健康知识，关注网红营养师和健身教练。这股“后浪”极具影响力，更带动家庭健康消费的需求乘风而来。京东大数据显示，今年以来，超过70%的“95后”消费者已从

“只给自己买”转变为“为全家购置必需品”。在年轻人的影响下，很多长辈开始跟随科技浪潮，加入线上生活，更科学合理地安放自己的养生需求。这无疑告诉着商家，要读懂而今的消费市场，恐怕就得先读懂年轻人。

消费的需求在改变。随着关注健康和养身的人群在变化，新的消费群体正在演变成新的消费产品、新的消费习惯和新的消费市场。疫情给年轻人补上了一堂健康课，也刺激了他们消费观的改变。瘦身一族喜爱酵素和益生菌，滋补一族青睐枸杞制品和即食燕窝，爱美一族对隐形眼镜和胶原蛋白着迷……年轻的消费者们有着更多样化、个性化的需求。比起盲目选购，他们更懂得分析自己的需求，去选择更贴合自己需求的商品来提升生活质量。这也倒逼着商家精准把脉消费者需求，在市场比拼中形成差异化的核心竞争力。

消费的改变，映射的始终是生活之变以及背后的理念之变。年轻一代对健康的关注，拓宽了消费边缘，推动了消费结构转型，也为消费潮流注入澎湃不息的动力。健康消费的增长背后，是健康意识的不断提升，也是消费品质要求的不断攀升。行业、企业都应当提升自我要求，加大产品的创新和研发力度，方能稳稳拿下这届精致的“后浪”。