

莫把数字藏品当“生财”之道

姜天骄

近期,遭遇黑客攻击后的数字藏品平台光影数藏悄悄“复活”,引发业界关注。复出后,该平台上的数字藏品持续暴涨,大部分涨幅均超过百倍,少数藏品甚至超过了千倍。事出反常必有妖。这波涨势难免令人怀疑其中是否存在投机炒作行为,进而引发更大金融风险。看来,约束数字藏品炒作行为,亟需成为行业高质量发展的核心共识。

首先需要明确,数字藏品不能等同于国外的NFT。数字藏品的概念已经火了一阵子,从技术手段讲,它和NFT很相似,但它并不是国内版本的NFT。NFT全称是Non-Fungible Token,是基于区块链发行的非同质化代币,Token在英文中代表代币的意思。而国内数字藏品市场一直强调去“T”化,也就是弱化了数字藏品的金融交易和投资属性,更强调与实体经济的结合。

其次,应该正确认识数字藏品的价值。数字藏品可以理解成是一种基于新技术的文创产品,藏品背后体现了艺术、美学和创意,具有一定的文化价值。比如,大明宫国家遗址公园发布的“千官”系列数字藏品,用手指滑动屏幕就能欣赏藏品各个角度的样子,生动有趣。以信息技术手段来展现艺术品或文物的价值,赋予了传统文化和文物新的生命,增强年轻人对于传统文化的认同感和归属感,有助于传统文化资源的开发与活化。

数字藏品还是一种全新的营销手段。随着数字藏品概念火爆,这种热度也传导至消费市场。不仅麦当劳、小鹏、兰蔻等诸多商业品牌营销想搭上数字藏品的快车,中国邮政、中国电信等“国字号”企业也纷纷入局。从放大品牌IP和传递品牌文化的角度看,数字藏品能够赋予品牌全新的价值,并与消费者建立

良性互动。比如,前不久中国邮政推出的“国宝熊猫邮筒”系列数字藏品就为企业带来更多的曝光率和关注度。从这个角度看,国内数字藏品的发展应该充分与实体经济结合,走以虚助实的路子。平台企业应更好发挥其正向价值,让数字藏品真正赋能实体经济。

对于普通消费者来说,数字藏品是一种新奇的文化体验,既能满足社交需求,又能满足审美需求。但是,收藏应建立在对其价值的喜爱和对品牌的认同之上。相对于传统收藏来说,数字藏品只是在媒介形式上发生了变化,是否具有收藏价值依然取决于它的本质,即美的价值、社会价值和时代价值。长远看,只有那些拥有深厚文化内涵、充满创意含量的数字藏品,才会拥有更持久的生命力。

对于那些想把数字藏品当成“生财”之道的人来说,炒作数字藏品并不是一

门好生意。一方面,数字藏品还处于发展初期,质量良莠不齐,价值相对模糊。就拿近期引起业内热议的徐悲鸿数字收藏品来说,徐悲鸿美术馆就曾公开质疑有些数字藏品为假冒作品,还有些不能提供完整的溯源证据。如果数字收藏品平台难以保证数字藏品的独特性和稀缺性,其价值就会大打折扣。

另一方面,数字藏品是新生事物,市场监管机构尚未对其发展作出明确规定,极易出现滥用技术、盗用版权、虚构价值、交易不规范等问题。近期业内发起的《数字藏品行业自律发展倡议》虽对风险防控有一定作用,但并不具法律效力。市场发展必然会经历大浪淘沙的过程,一些平台和藏品也会面临优胜劣汰。与此前炒鞋、炒盲盒的逻辑类似,击鼓传花的游戏一旦结束,留给消费者的只能是一地鸡毛。

食品安全不能只做表面功夫

刘昀昀

据新京报报道,今年6月下旬至7月上旬,新京报记者卧底进入两家必胜客门店调查,发现后厨存在多种食品安全问题:餐厅管理人员篡改有效期标签,食材不按时废弃;员工拆掉外包装,将过期食材“化整为零”;烹炸用油长期不更换,相关指标超标近一倍等。

这已经不是必胜客门店第一次出现食品安全问题。今年3月,必胜客另一门店就曾因食材超保质期被丰台区市场监督管理局处以没收违法所得、罚款5万元的处罚。而此次被曝光的诸多问题,也再次反映出部分餐饮企业未真正把食品安全放在心上,对消费者权益更是充满漠视。

7月20日,必胜客针对报道作出回应,称已对两家涉事门店进行闭店调查。丰台区市场监管局执法人员也来到位于六里桥的必胜客和谐广场餐厅,针对媒体曝光的篡改食物保质期事件进行立案调查。

对于必胜客的“塌房”,公众震惊的一个重要原因,是其作为家喻户晓的连锁餐饮品牌,价格并不低,却出现这么多食品安全与安全问题,这无疑是对消费者信心的挫伤。

食品安全从来就不是小问题。消费者选择在外就餐,除了对餐饮店口味的肯定,更是对食品卫生与安全的信任。餐饮食品是否卫生安全,直接关乎消费者的身体健康,这也是衡量一家餐饮企业的基础。如果连这最基本的保障都无法做好,导致信任崩塌,后果无疑是严重的。

当然,确保食品安全不能只做“表面功夫”。据新京报报道,必胜客所属的百胜中国控股有限公司,在官网上宣称“食品安全和质量是百胜中国头等重要的事”。而且,作为国际知名连锁品牌,其对品控与供应链向来有着一套专业的运转体系,但自去年以来,记者便接到多名必胜客内部员工的爆料,称其存在诸多食品安全问题。无论表面看起来多么光鲜亮丽,打出多少旗帜鲜明的口号,都抵不过企业从上到下真正将食品安全的铁律放在心上。

做到食品的卫生与安全并不难,但总有企业铤而走险,在违法的边缘疯狂试探,哪怕被处罚过仍整改不到位。究其根本,或许还是违法成本太低。部分餐饮企业重复使用烹炸用油,使用过期食材,是出于利益的驱使,只着眼于减少成本增加收益。对于企业来说,违法后被处以的罚款与已获的利润相比并不多,甚至可以忽略。更何况,还有不少餐饮企业抱着侥幸心理。

食品安全一直以来是公众极为关注的问题,如今,必胜客涉事门店的食品安全乱象已被曝光,执法部门必须对此严肃处理。而举一反三,揪出更多食品安全漏洞同样重要,不能再让食品安全问题危害消费者身体健康了。

莫让溺水悲剧再上演

谢丹丹

暑期炎炎,去江河里,到库坝来,捕鱼捉虾,玩耍戏水,好不惬意?殊不知,暑期同样是汛期,江河库坝水位骤涨,风平浪静潜藏危险,稍有不慎悲剧发生,凡此种种,少年居多。因此,当暑期遇汛期,还须警钟长鸣,绷紧防溺水弦,莫让溺水悲剧再上演。

近年来,学生安全教育看似越来越受重视,实则停留在“告知书”“一封信”等形式上,家长签字交给学校就算完成任务。而一些地方也仅仅将学生安全责任当成学校责任,对河流库坝隐患底数不清,一些容易溺水处甚至警示牌都没有,巡逻救护力量缺乏,一旦发生溺水事故伤害无法挽回。

孩子承载家庭幸福,关乎国家民族。悲剧发生,不仅伤及家庭,也影响社会和谐稳定,更甚者不利于国家长远发

展。因此,减少溺水伤亡,防范悲剧重演,让每个孩子安全过暑假、健康乐成长,既是国家和社会要关注的,更是家长和学校应重视的,需要亮新招出实招,共同给力,久久为功。

爱玩是孩子的天性,百堵不如一疏,在防溺水问题上,要引导孩子正确的安全观。父母作为孩子的第一责任人和监护人,要时刻履行好监管责任。除了日常的叮嘱以外,要时刻关注孩子的去向,尽量多陪孩子,不要让孩子远离自己的视线单独戏水。带孩子游玩时,尽量带上有经验的人,选择相对安全的地方,做好安全防护措施,让孩子在玩中逐渐掌握技能。学校要积极开展防溺水教育主阵地作用,注意实效。可以通过主题班会、黑板报、广播、晨会等多渠道多形式引导孩子远离危险,教会孩子学会自我保护。地方政府、

相关部门除了加强相关的舆论引导,关键还在于为孩子提供相对卫生安全的戏水、游泳场所。在坚持安全第一的前提下,多方筹资,想方设法,修建供孩子玩耍戏水之所,免费或低价供其使用,消除孩子们私下江河库坝的安全隐患。

从根本上消除溺水,应该让游泳成为孩子的必修课,更应成为一项生存技能。游泳对正处在成长期的中小生来说,既可以野蛮其体魄,又可以文明其精神,既有利于学生德智体美劳全面发展,又能让他们学会避险生存技能,何乐而不为?一方面可强化孩子游泳技能的培训,熟练掌握游泳技能,无疑能为生命保障多加一道保险,也可大大减少和杜绝溺水事故的发生。因此,家长应该积极创造条件,在教会学生游泳和如何施救上狠下功夫,让游泳技能在孩子的成

长过程中不缺位。另一方面可构建社会亲水体系,除了商业泳池和专业场馆建设等,还应通过政府主导、社会主力、市场主体的模式,加快建设一批收费低廉的游泳场馆,尤其要鼓励和引导开发商配套修建小区泳池,让孩子在安全的环境中戏水消暑。同时,教育部门可考虑将游泳教育列入中小学校课程清单,加大资金投入,修建游泳场馆,开设游泳课,普及游泳运动,在逐步形成游泳安全意识的同时,培养成为孩子自身的技能,从根本上减少溺水事故的可能性。

暑期防溺水并不是老生常谈,溺水悲剧也不该年年上演,只要全社会广泛关注,时刻绷紧安全弦,采取有效措施,疏堵结合,形成合力,共编安全网,才能最大程度减少悲剧发生,为孩子创造健康成长的安全环境。

直播行稳远,当设从业槛

钟于

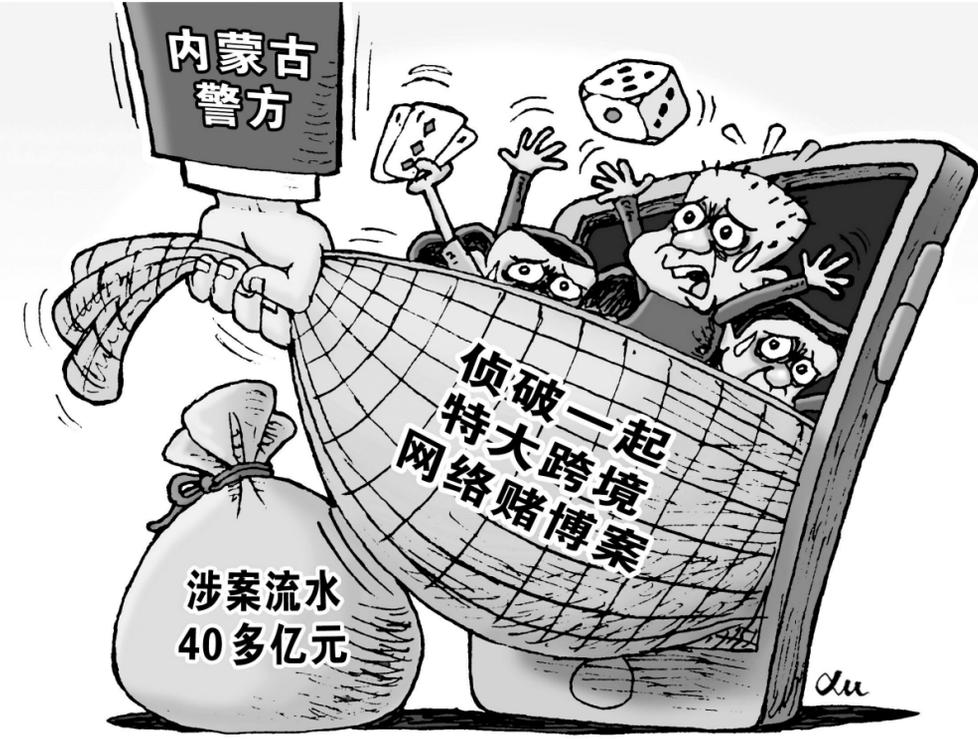
“对于需要较高专业水平的直播内容,主播应取得相应执业资质,并向直播平台进行执业资质报备,直播平台应对主播进行资质审核及备案。”不久前,《网络直播行为规范》出台,系统、全面地规范了网络直播行为,其中对专业类主播的资质问题进行明确规定。这有助于提高网络主播队伍整体素质,规范行业秩序。

近年来,直播经济按下“快进键”。从直播带货到在线健身,从内容分享到知识科普,直播内容丰富多彩;从明星到商家,从专业机构到普通个人,主播背景愈加多元。数据显示,截至2021年12月,我国网络直播用户规模达7.03亿,网络主播账号累计过亿。应该说,只需一部手机就能进行一场直播,“人人都是主播、万物皆可直播”渐成常态。

总体而言,直播经济具有行业门槛低、运营成本低等特点。这是直播经济快速发展的原因之一,也带来主播队伍良莠不齐、直播内容质量参差、虚假信息混杂等问题。特别是在一些存有知识门槛的专业领域,对从业人员资质缺乏规范,容易出现不当传播,进而误导公众,甚至致使上当受骗、蒙受损失。比如,“冒牌”分析师提供投资理财指导,资质不明的主播发布疾病预防、诊断、治疗、用药等医疗内容,未取得律师执业资格的人直播招揽业务……凡此种种,放任下去就会出现“劣币驱逐良币”,为直播经济长远健康发展带来隐患。

没有规矩不成方圆。直播越发展,规范越跟上,专业类直播尤其应当做好“品控”。一段时间以来,监管部门持续发力、重拳出击,在清理整顿不良直播内容方面取得显著成效。也要看到,主播是直播行业最关键的因素之一。设置入门槛,有了筛选机制,才能提高从业水准。主播的素质提高了,直播的质量才能提高。《网络直播行为规范》直接给直播从业者划定底线和红线,对医疗卫生、财经金融、法律、教育等专业领域主播的资质作出硬性要求,意义正在于此。

为专业领域设置门槛,让专业人士解答专业问题,是进一步规范直播经济、做优直播内容的重要途径,也为更多学有所长、术有专攻的人才拓展了空间。网络主播心存敬畏、加强自律、提高素养,直播平台切实履行资质审核义务,网络直播才能行稳致远。



一网打尽

内蒙古自治区鄂尔多斯市公安局东胜分局7月15日发布消息,办案民警日前侦破一起特大跨境网络赌博案,涉案网络赌博平台自2018年以来,共吸引9万多人参赌,涉案流水高达40多亿元。

新华社发 徐俊 作

为何骗子能屡屡得逞? 应全链条打击涉老诈骗!

李万祥

近日,警方破获一涉售虚假保健品的诈骗犯罪团伙,冻结涉案资金2亿多元。经侦查发现,动辄上百元的所谓保健品,其实是普通糖果,出厂价最便宜的每斤几元钱,最高的也不超过20元。严厉打击此类涉老诈骗,有利于维护老年人合法权益,有利于以法治力量守护好“夕阳红”,有利于促进全社会一起来关心关爱老年人。

诈骗分子为达目的而施展的欺诈骗伎俩往往极具迷惑性。一是“一假到底”,例如杜撰“院士”“干细胞疗法负责人”等头衔,并虚构产品疗效,线上卖产品,线下开实体店,这让很多中老年人相信这

是一家正规公司。而且虚假保健品的名字听起来也挺“高大上”,诸如人参四物膏、阿胶固元糕、雪莲晒片等。二是竭尽所能“洗脑”,例如直播开打“知识牌”,通过答题发“红包”奖励以诱导购买;建立多个微信群,加强中老年人客户管理。各种操作最终目的,就是骗取信任,把老年人口袋里的钱骗到手。

为何此类诈骗屡屡得逞?主要是因为此类诈骗迎合老年人的健康养生需求和情感需求。有的家庭成员平时对老年人关怀不够,导致有的老年人遇事无人商量。同时,老年人到医院就诊相对不方便、医疗资源供需不匹配、养老服务机

构不完善等现状,与人口老龄化趋势不匹配,容易形成“缺口”。这些都给骗子提供了可乘之机。

对此,首先,要进一步提高老年人防范意识,构建家庭、社会、机构一体化的防诈骗机制。家庭生活几乎是老年人生活的全部,要加强家庭关怀、情感沟通,让老年人感受到来自家庭成员的温暖,促进形成老有所养、老有所依的社会氛围。同时调动更多社会力量和资源,培育老年服务市场,提高服务质量和数量,提供多元化、专业化、社会化的养老服务。

其次,要进一步加大老年保健品市场

“保健品”为名进行虚假宣传、制售伪劣产品等行为,让广大老年消费者买得放心、用得安心。要多宣传医疗保健相关知识,让老年人明白保健品并不具备药品疗效和功能。倡导老年消费者认准我国保健食品专用标志,增强自我保护能力。

最后,要进一步加强全链条打击,铲除涉老诈骗滋生土壤。以开展打击整治养老诈骗专项行动为契机,畅通举报受理渠道,依法严惩各类以养老为名侵害老年人合法权益的犯罪行为,进行全链条全流程治理,净化市场,最大限度追赃挽损,保障老年人身心健康安全,保障老有所安。

