

警惕包书皮背后的形式主义

李瑞

刚到开学季，“包书皮”就冲上了热搜，也忙坏了家长。不少学校要求家长为学生课本、作业本、练习册包上统一的塑料书皮，大大小小，少则十几本，多则几十本，还有些书本连页角都要求贴上透明胶带，作业本也需要绑上统一颜色的丝带。一整套书本包下来，没有几个小时根本搞不定，很多家长“挑灯夜战”，身心俱疲。

包书皮原本的意义何在？新的学期开始了，给新书本穿上“新衣”，既图个仪式感，也能有效保护书本，让学生养成爱护书籍的良好习惯。要求统一包书皮的

原因何在？除了规则教育和习惯养成教育的必要性，老师们要应付各种评比和检查也是其中的一个主要理由。包书皮的任务学生很难独立完成，还必须整齐划一地按照统一要求进行，原本再有意义的初衷，也很难不沦为一种形式主义，这种倾向应该予以警惕。

学校培养和教育学生，一切都应以尊重教育规律为前提，关注学生的情感和心理需求，而不是刻意追求所谓的“整齐”和应付各种评比，单纯注重形式，忽略问题实质。包不包书皮与爱不爱护书

籍之间不能划等号。真正养成良好习惯的孩子，即便不包书皮，也能在父母和老师指导下，细心呵护好书本。反之，没有得到及时有效的引导，孩子们就很难养成爱护书本的好习惯，即使包了书皮，也不能保证书本的完好无损，还可能助长孩子之间的攀比心理。如此，统一包书皮关注的焦点，成了表面上的整齐划一，至于书本最后有没有被有效爱护？热爱阅读的习惯有没有得到培养，效果自然是可想而知。另外，目前一些书皮的质量不过关，长时间接触会对孩子健

康造成影响。这样看来，统一包书皮的意义除了崇尚整齐划一，过分追求完美，就只剩虚无缥缈的形式主义了。

避免让统一包书皮沦为一种形式主义，需要各地教育部门、学校以及家长们的共同努力。摒弃传统、守旧的教育思维，更加注重活动的实效，尊重学生个性化的发展，这应该成为教育工作者的坚守。

延河观澜

法律法规摆在那里，就看力度如何。

——据调查，由于市场监管部门对线下销售“军”字号、“警”字号商品的严厉打击，一些商家转战线上，销售渠道更加隐秘，买卖做得风生水起。《北京晚报》发表评论，假冒“特公平”平台应断供。在持续线下打击的同时，必须加大对线上制售渠道的清理和整治。网售商品乱蹭军警名义，实属胆大妄为，断不可等闲视之。

“一黑尽黑”其实是“黑医美”的潜规则，只不过各环节“黑”的程度有所不同而已。

——今年上半年，甘肃省成功侦破省内首例妨害药品管理案，实现全链条打击，涉案金额超过千万元。《羊城晚报》发表评论，监管医美，切不可发现一处“黑”就只查这一处。不同的环节或许分属不同部门监管，更要强化部门信息共享和联合执法，避免“各扫门前雪”。分析“一黑尽黑”产生的原因，采取针对性的治理举措，才能避免“黑医美”的一众黑操作对消费者形成叠加伤害。

教育，从来不在教室里、课堂上。一纸承诺、一句引导，都是、都在教育。

——近日，有网友发帖称，某中学出具的反对校园欺凌承诺书上，有“若出现校园欺凌事件，坚决不拍照、不录视频”的内容。事后，当地教育局已责令学校收回并整改。《广州日报》发表评论，“捂盖子”，捂不住、防不了校园欺凌。以白纸黑字的形式提要求，相当“坦荡”。“捂盖子”思维，真该改改了。

人民热评

微评

兴特色产业 活县域经济

吕晓勋

专注一业、潜心一品，许多地区都找到了属于自己的产业钥匙和发展密码。

上午10点，一楼生产车间的工人们正赶制冲锋衣；四楼样品展示大厅内，十几位客商在挑选冲锋衣、防晒服款式。走进位于浙江台州三门县的浙江蓝途户外用品股份有限公司，只见一派忙碌景象。

据统计，三门全县年产冲锋衣超8000万件，年销售额约120亿元。一个山区县为何能成为国内最大的冲锋衣生产基地？

成熟的产业工人队伍是行业高质量发展的重要基础。上世纪90年代，依靠传统绣衣生产积累的一批制衣熟手，三门兴起服装产业。工人们打版、走线、压胶、密封等技艺娴熟，使三门的冲锋衣更具性价比，在生产中还形成传帮带的模式。目前，当地冲锋衣产业从业者已达3万人，为产业持续升级提供有力支撑。

深耕服装产业，必须紧跟潮流趋势，应时而变。随着户外运动蓬勃兴起，冲锋衣备受青睐，市场空间

广阔。在三门，有的企业发力直播带货，爆款冲锋衣一天就卖出2000多件；有的聚焦时尚品牌孵化，旗下冲锋衣品牌年产值突破千万元；有的发力品牌联名，借助电商平台，提供现货二次加工。密切关注市场动向，积极拓展销售渠道，瞄准消费热点推陈出新，企业就能塑造新优势、创造新业绩。

抓住产业发展新机遇，在竞争中强内功是根本。这就要求企业瞄准细分市场、提升产品质量，以品质强品牌，以创新优品牌。比如，蓝途户外用品股份有限公司深挖潜力，在采用先进工艺提高生产效率的同时，应用新材料，给冲锋衣新增防蚊驱虫、石墨烯发热等实用功能。始终面向市场需求，坚持品质至上，以创新创造引领消费需求，企业才能真正赢得消费者欢迎。

培育壮大产业集群，不能仅靠企业单打独斗，需要“有形之手”引

导支持，促成产学研、上下游紧密合作。2019年，三门县政府就与浙江理工大学共建研究院，由该校组织专家对服装企业进行专项服务支持。当地还成立冲锋衣工作专班，通过举办设计大赛等，提高三门冲锋衣知名度。最近，三门开始实施冲锋衣产业质量攀登行动计划，推进产业链协同创新。培育壮大特色产业是促进县域经济高质量发展的重要抓手。多方携手、凝聚合力，着力优化资源配置，有利于为县域发展添活力。

从10件冲锋衣6件三门造，到每生产3条毛巾就有1条出自河北高阳……专注一业、潜心一品，许多地区都找到了属于自己的产业钥匙和发展密码。坚持因地制宜，突出特色优势，千方百计壮大县域富民产业，就能书写更多“兴一个产业、活一方经济、富一方群众”的故事。

人民热评

微评

今日男足，不能只剩『摆烂』

新华社记者

几天前的0:7，击穿了广大球迷对国足底线的认知。

毋庸置疑，客战当今世界强队日本，国足大比分失利也在意料之中。但创出队史最大比分确实令人惊诧，更令人诧异的是球员崩溃的比赛状态——低级失误不断，没有战术，没有配合，没有拼抢，连身体对抗都没有……难怪网上批评之声四起，“毫无血性”成为观众的众口一词。

输球可以接受，但“摆烂”不能接受。两天后，男足将主场迎战又一支亚洲劲旅沙特队，广大球迷的这一心理底线不容再遭破坏。

0:7之后，球员信心、球队团结、教练权威等等，恐怕都在动摇。但越是至暗时刻，越要目标一致，知耻而后勇，在绝境中反击。正如足协两位负责人7日勉励国足所说，要打出良好的精神面貌，打出血性。也正如队员所说，必须向前看，打沙特就一个字“干”。这应该成为当下整个团队的共识。

始终与国足不离不弃的中国球迷，是激情的也是通情的。面对即将打响的大连之战，也鲜有人说不能输球。但他们无不希望男足至少要踢出中国队的精气神，踢出自身现有的水平和应有的样子，而不是一旦大比分落后，就现场崩溃、溃不成军。甚至有网民说，如果每场都能踢出0:1对韩国那场比赛的样子，18强赛国足就算不虚此行。

竞技场上，比金牌更重要的是精神。胜利者的荣耀固然令人起敬，而拼尽全力的失利者同样受人尊敬。为国而战，为荣誉而战，将士们是否士气高涨、斗志高昂，亿万群众的眼晴是雪亮的。

众所周知，国足进入本届预选赛18强赛，已经是意外之喜。即便首场没有遭受重创，晋级世界杯也并非大概率事件。在后续比赛中，男足需要端正心态，珍惜与强队过招的机会，展示一个虚心学习、不甘落后的自己。

场上一分钟，场下十年功。需要虚心学习的，也不仅仅是国足将士。几乎每次国足惨败，青训问题都会被提出，这才真可怕：问题不断重复，大家不停反思，但现实每况愈下。据权威数据，目前中国青少年球员人数仍不到日本的十分之一。而日本总人口，不到中国的十分之一。

久久为功，不能只停留在口头。从1996年起，日本足球执行百年计划至今，不到30年后的今天，他们已是可以连续横扫德国队的世界冠军。中国足球，有没有这样的定力、恒心和执行力？

一个月前的巴黎奥运会，国人看到了最强健的体魄和中国奥运健儿40金的辉煌；仍在进行的巴黎残奥会，国人又看到了最不屈的灵魂和中国残奥健儿连续领跑金牌榜的荣耀。对于血气方刚的足球男儿来说，当输球成为一种习惯，当挨骂成为一门必修，难道真的没有绝境求生的血性吗？

哀兵必胜，即使技不如人，也不甘屈于人。网络上一些指责、讽刺甚至谩骂之声，或有过激之处，但爱之深，责之切。当广大球迷连骂都不屑骂时，才是足球人最彻底的悲哀。

整治“人肉开盒”，不妨换个思路

新华网记者 梁建强 宋立崑

近日，记者调查发现，在网络社交平台上，“人肉开盒”情况时有发生，其中还有不少未成年人的身影。

“人肉开盒”，是指通过非法手段进行网络搜索、挖掘，搜集个人隐私信息，并在网上公布，引导网民对被“开盒”者进行网暴，往往给受害者造成巨大精神压力和伤害。

尤其令人痛心的是，部分未成年人也参与到“人肉开盒”中。

有的孩子起初是受害者，后来却沦为“开盒”的施暴者，有的甚至在互联网“江湖”中形成不同“派系”和“山头”，随意加入“人肉群架”，企图通过“以暴制暴”来解决矛盾和问题。看不惯的同学，甚至老师都可能成为他们“开盒”的对象。还有一些不法分子为谋取利益，唆使未成年人参与对受害者的“人肉开盒”行为。

近年来，对于“人肉开盒”，相关部门的打击治理一直都在跟进。之所以屡禁不止，其中一个重要原因是，违规获取个人信息还是太容易了。

“人肉开盒”治理，必须从源头上破解个人信息泄露问题。对那些掌握着大量个人信息的部门、平台、企业等，要进一步压实责任。对于泄露、盗取他人隐私信息和数据的违法违规人员，必须加大惩处力度。

还有一种苗头值得警惕，一些参与“人肉开盒”的不法分子从线上转移到了线下，甚至出现跨省蹲守、砸门等行为。有的还与“饭圈”等联系在一起。

可见，“人肉开盒”虽然主要发生在网上，但不能只将其视为一个网络问题。在对“人肉开盒”治理中，应当创新方式方法，网上网下全链条联动，加强对“人肉开盒”的追踪，“谁挂人、就找谁”，让施暴者无处遁形，付出应有代价。

换一个思路，也许能更有效利住“人肉开盒”的歪风。



规范诊疗 信息登记

记者9月9日从国家卫生健康委获悉，国家卫生健康委近日印发《门(急)诊疗信息页质量管理规定(试行)》，旨在进一步加强医疗质量管理，做好门(急)诊相关信息采集，夯实医疗管理工作的数据基础。

新华社发 商海春 作

线上卖书，繁荣之下有隐忧

沙洲

“回忆过去的生活，无异于再活一次。写这本书，有一种再活一次的感觉。”前不久，余华携新书《山谷微风》做客抖音直播间，畅聊生活感悟与创作故事。当晚，《山谷微风》在抖音电商首发上架销售，直播吸引超142万人次观看。

近年来，随着数字化技术的普及以及电商平台的迅速崛起，图书销售呈现出新的发展生态，向新媒体平台密集转移，越来越多的作家、主编、出版人带着图书杂志走进直播间，或者在哔哩哔哩、小红书上用短视频形式“花式吆喝”，与网友畅聊创作心得和人生感悟，力求触达更多潜在消费者。

新媒体平台尤其是书业直播持续为图书销售、全民阅读注入活力，推动出版行业向暖、向新发展。数据显示，2023年，抖音电商平台全年售出图书超4亿单。可以说，优质的阅读推广人、图书推荐机构越多，好书破圈的可能性便会变

得越来越大。

不过，对于书业来说，从日渐落寞的书桌转到当下热闹的舞台，就迎来了欣欣向荣的春天吗？其实不然，看似一派热热闹闹的表象下有着暗流涌动，内容与流量的碰撞磨合还处于阵痛期。

前不久，屡创图书销售神话的头部主播董宇辉因为一场直播陷入了舆论漩涡中。与知名作家李娟的对话，尽管有着卖出17万册书的不错战绩，但是对话过程却没有火花四溅的思想碰撞，面对表达相对迂回、谨慎的李娟，他很难按照某种“套路”与李娟进行对话，对话的不同频让直播间的不少观众怀疑是不是网开了，之后也引来不少争议。

这场争议掀开了如今图书直播看似繁荣的表象下隐藏的问题：高质量的文化对话不能按照套路复制。面对不同风格的创作者，出版人时，采访者如果过度依赖单一的输出模式，如华丽的辞藻、富

有感染力的语言、煽情的表达方式，期待受访者按照自己预设的方式给予回应，而不是对创作者的作品和思想有足够的了解和尊重，真正带着诚意走进创作者的内心，直播间的对话就存在“翻车”的风险。

值得注意的是，一些出版社想走较成熟的路，推出已经有影响力的产品追求更大利润，直播间选品也一般会倾向传播效果好、转化率高的图书，那些需要深度阅读、专业性强的图书则显得格格不入。在一些书籍大卖的同时，多数图书滞销却是常态。数据显示，2019年至2023年，34.3%的图书年销量小于5本；43.8%的图书年销量小于10本。

此外，低价促销是线上平台的常态，而出版社的成本又居高不下，这二者的矛盾短时期难以调和。2023年底，东方甄选的“1元卖书”促销活动就曾引起出版界不小的震动。这种低价引流、“破价”

销售的手段如果持续进行下去，可能将对书业造成长期的、实质性的伤害。对于“谷贱伤农”，前不久，北京10家出版社和上海46家出版单位发出声明，不参加电商平台以2~3折对全品种图书进行大促销的活动。业内人士担忧，利润的压力会反噬到内容上，竞争一旦被窄化为价格战，出版人很多努力都可能被淹没。

对于出版机构和新媒体平台而言，仅仅追求图书销量和转化率其实远远不够，线上卖书应该有丰富多元的内容生态，如何让互联网的流量更有内核、有质量，通过这种新渠道连接人和书，让更多好书被看到、被阅读，激起大众对知识的渴求与追求，依然是值得多方思考的问题。

社会观察