

□评论员观察

“泼天的流量”能否转化为“泼天的富贵”，还要看能否兜住安全的底线。如果人流车流超出承载能力上限，不妨先把眼前利益放一边，抓紧做好预警和疏散，确保人民群众生命安全。

高速公路塌陷事故，再次提醒早预警早行动



□评论员 沙元森

确认死亡人数24人。

假期首日发生如此惨烈的事故，令人心痛不已。事故救援已经展开，事故原因正在调查之中。只要依法依规、实事求是，就一定会有科学严谨的调查结论，给遇难人员家属一个交代，给社会公众一个说法。

一个不容忽视的事实是，近期广东梅州等地持续强降雨，加之梅州地形多变、丘陵起伏，确实容易引发山体滑坡等地质灾害。虽然目前还未对事故定性，但是天气因素一

定是无法回避的。

今年以来，南方地区极端天气频发。4月份，广东多个城市连续遭遇暴雨、大风、冰雹等，逾10万人因为洪水疏散转移。3月底，江西南昌因强对流天气致4死10余伤。放眼亚洲其他国家和地区，近期迪拜的暴雨和南亚的高温，也给人留下了深刻印象。

天灾不可挡，但是不等于不可防。在信息化时代，天气预报更专业、更精准。对极端天气可以早预警、早行动，把灾害损失降到最低。

事故发生前一天，广东应急、文旅、气象等部门就发布了提醒，预计“五一”假期广东省强降雨和强对流天气频发，假期人流量大，安全风险高，其中明确提出“继续防御强降水及泥石流、山体滑坡、崩塌、山洪、城乡积涝及中小河流洪水等灾害，并防范雷击、短时大风、局地冰雹和局地龙卷风等强对流天气造成的风险”。言犹在耳，事故已至，痛哉，悲哉。

现在回头看，有关部门即便没有预警当

成“耳旁风”，可能也没有给予足够的重视。如果能够根据预警，及时加大巡检力度，事故也许不会这么惨烈。

死者已逝，生者当警。据气象台预报，节日期间南方地区还有可能出现极端天气。各地各部门以及出行游客，都应高度重视这类预警。假期固然要玩得开心，但是安全大于天，无论如何不能把安全置于脑后。

目前，文旅行业有“扎堆”的趋势，有了人气的城市和景区，往往因为“人从众”，产生“泼天的流量”。面对来来往往的繁荣市场，主管部门和监管部门需要更加清醒，安全无小事，责任重于山。“泼天的流量”能否转化为“泼天的富贵”，还要看能否兜住安全的底线。如果人流车流超出了承载能力上限，不妨先把眼前利益放一边，抓紧做好预警和疏散，确保人民群众生命安全。

当然，出行游客要为自身安全多一些着想，把安全写在旅游攻略里，谨慎选择出行目的地和出行路线。

“车圈”变“饭圈”？ 流量虽好不可“贪杯”

自小米SU7“出圈”，国产新能源车热度、话题度居高不下。近期举行的北京车展，制造了不少“名场面”，直播、出镜、唠嗑……成为车企老板“必备技能”，车圈甚至流行“不会当‘网红’的企业家不是好老板”的说法。整个4月，国产新能源车获得空前的关注度和流量，这对整个产业发展已产生深远影响。

卷完技术卷服务，卷完服务卷价格，如今要卷老板了……网友的评价，道出了中国新能源车市场竞争之激烈。大众汽车首席执行官最近就感慨，“中国市场就是健身房，不上强度跟不上。”新能源车与传统油车比，不像机械更像电子产品，天生具有互联网基因。要吸引年轻消费者，就得在一定程度上遵循“先有流量、后有销量”的逻辑。酒香也怕巷子深。依法合规主动“触网”，讲好国产品牌故事，消费者乐观其成，甚至一高兴，也就掏了腰包。

但必须清醒，流量虽好，亦不可“贪杯”。打造“网红老板”“网红车型”，说到底是“添花”、是助力、是营销。汽车企业要想走得远，还是要回归技术、产品、服务的本原。造车之所以难，就在于一家成功的车企，设计、生产、营销、售后、安全等所有环节都不能有短板，必须是“多边形战士”。营销可以作为企业的特点、长板，但背后必须有实打实的产品作支撑。

据人民日报评论微信公众号

大众旅游时代

加速“小众目的地”养成

“五一”假期，多家旅游平台显示，与核心城市相比，前往三线及以下城市的旅游产品热度涨幅相对更大。相关报告显示，徐州、合肥、南昌、迪庆、景德镇等成为目前“五一”假期酒店预订增速最快的城市。拥有多项地标性建筑和景点的大城市依旧火热，而过去不被人熟知的小城市也进入了不少游客的视野。

“反向旅游”不是什么新鲜事，而是早已渐成声势。对很多人来说，在“人从众”的法定假期避开人流，选择一处可以安静游览的休闲之所，不失为一种明智之举。

对“小众目的地”来说，迎接“泼天的富贵”或许需要几分运气，但接住分众的部分人流似乎难度系数并不高，而且长尾效应也比较可观。当前，交通等基础设施的日渐完善，酒店等旅游设施的加速下沉，让差不多体量的城市在硬件上不太能拉开差距，竞争力的核心转而在软件上。城市的软件既包括不缺斤短两、不“杀生”等友好消费环境，也包括丰富的消费场景和产品选择，能灵活而不费力地填满游客弹性的休闲时长。

品牌的打造不可能一蹴而就，任何时候开始都不算晚。且不说，我国旅游消费仍潜力巨大，小而精的旅游产品不是太多了而是太不解渴了；而且对一个城镇乃至村落来说，吃喝玩乐能容纳足够多的消费场景，串联起尽可能多的消费环节，激发更多消费潜能，从而助力地方经济发展。因此，地方政府要善于在新媒体的开放互动中汲取治理资源，与潜在的目标消费者一起，共涵养“小众目的地”。据光明日报

遏制“被直播”，须让消费者有机会对镜头说不



□评论员 朱文龙

安安静静消费，没承想却成了商家引流的“工具”，不少人对“被直播”很是不爽。

对于“被直播”，有人觉得无所谓，还有人甚至为自己进入商家的直播间而兴奋，更多人则是在自己不知情的情况下，一举一动都被网络围观，觉得受到了冒犯，甚至会感到不安，进而产生抵触情绪：我是来消费的，不是来直播的，凭什么沦为你们引流的工具？

有观点认为，像饭店这样的经营性场所，本身就是公共空间，商家有自主经营权，对着店铺直播是商家的自由。如此说来有一定道理，注意力经济时代，很少有商家不想红，为了红去直播，是商家的权利。但是，这并不意味着商家可以随意把消费者拉进直播镜头。

民法典第一千零一十九条第二款规定，“未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。”商家在未得到消费者明确同意的情况下，将消费者在店内消费的实况进行直播，就是侵犯了消费者的肖像权和隐私权。更何况，“被直播”行为还有可能泄露消费者的面部、行踪等敏感隐私信息，从而带来诸多不确定的风险，可能对消费者的人身财产安全构成威胁。

消费者并不反对直播，“被直播”现象困扰消费者，根本原因在于商家直播时未取得消费者的同意，侵犯了消费者的知情权、遇

制“被直播现象”，保障消费者安心消费的权利，必须让消费者有机会对镜头说不。

商家在进行直播前，应明确告知消费者并征得同意。可以设置明显的标志，如在店内显眼位置放置“直播中”的提示牌，或者在服务前明确告知消费者并获取书面同意。

值得一提的是，一些商家之所以热衷直播消费场景，平台的鼓励也是一个重要因素。有商家在接受媒体采访时就表示，“不管是视频还是直播，平台都会在同城页给予重点推荐，效果很好。”对此，平台应完善规则，明确直播营销的边界，对于那些明显侵犯消费者权益的直播，在及时下架之外，还要对商家进行积分扣除、流量管控等处罚。对于平台来说，这在技术上并不是什么难事。

简而言之，对于商家而言，追求流量无可厚非，但“直播红利”不能通过“直播侵权”来实现，把消费者当成“引流道具”的做法必须禁止。

因值机冲突被航空公司永久拒载冤不冤？

因未找到签证导致值机延误，夏女士与某航空公司工作人员发生争执甚至肢体冲突，被该航司永久拒载。夏女士无法接受，在微博上频繁发文，以激烈言辞表达对航空公司及工作人员的不满，并起诉至法院，要求航空公司停止侵权以及公开赔礼道歉、赔偿损失等。在诉讼中，夏女士还作出了围堵航空公司代理律师的极端行为。一审和二审法院均作出判决，驳回夏女士要求航空公司停止侵权、赔礼道歉等诉讼请求。

在一些人看来，仅仅因为与工作人员发生争执和肢体冲突，便被航空公司永久拒载，这一后果似乎过于严苛，不仅当事人难以接受，普通人恐怕也难以理解。然而，正如法院的生效判决所言，航空公司基于当事人

情绪状况与行为表现作出拒绝运输的决定，符合航空运输安全基本流程。

乘客作为航空服务的消费者，在享受服务过程中不得滥用权利，将自身的喜好凌驾于一切规则之上；否则不仅可能面临被永久拒载的后果，还可能面临着被拘留、罚款等更重的法律责任。

其实，航空公司的拒载决定并非不可取消，乘客可以通过航司官方网站、社交媒体公众号、电子邮件等渠道，提交取消拒载的正式申请，航司会根据具体情况进行调整。但夏女士并未提交过取消拒载的申请，只是反复提交投诉索赔信函。加之夏女士连续在网络发文过激表达、诉讼中围堵对方律师等一系列言行，不仅无助于化解双方矛盾，反

而进一步强化了航空公司对其目前仍然“不宜乘机”的判断。

涉事航空公司的拒载决定和法院的裁判，可谓合情合理合法。毕竟，谁也不敢与一个情绪不稳定、动辄滋事闹事甚至胡搅蛮缠的乘客一起搭乘飞机。当然，航空公司也应摆正位置，避免“店大欺客”式霸道。只要条件符合，航司应及时对拒载决定作出调整，不宜直接对消费者施以“永久拒载”处罚。从长远看，应考虑由具有执法权限的监管部门作出拒载等决定，或者出台相应的规则体系，对拒载的情形作出明确规定。这样可以让当事人和公众有明确的参照，也能让航空公司免除“暗箱操作”“报复执法”之类嫌疑。

据北京青年报

编辑：武俊 组版：刘森

收购字画

家政服务

◆求购15864536825

◆家政13793180410

先行众创空间招商 成熟工业园区，优越营商环境。惠企政策对接，管家贴心服务。

济南环保产业园（起步区）现有：230m²、260m²、537m²、700m²、750m²、800m²3个、1100m²（空地含80m²办公区）、1800m²2个、1960m²、2500m²2个、2760m²、3300m²、3700m²、4300m²、5100m²、8000m²车间、厂房、仓库招租，可整可分，寻求合作。

◆龙湖华庭1号楼2单元3201室137平方米学区房商住两用出租出售
◆龙湖华庭6号楼2单元3303室137平方米学区房商住两用出租出售
◆龙湖华庭10号楼1单元1301室147平方米学区房商住两用出租出售

◆济南市市中区经四路万达广场B座1908室302平方米办公出租出售
专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供相关帮扶补贴，欢迎垂询。

垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）

精品资讯

订版电话：(0531) 85196204

济南高新区颐养中心（山东健康济南颐养）

·省属国企16地市布局 与高管委会合作共营 公办机构 500张床位

·医养结合 长护医保定点 与高新区医院两院一体

·中医理疗 康复护理 认知症诊疗照护 医生巡诊

普惠专区 2000元/月 起 康养专区部分房型享 5折优惠 七天试住

电话：0531-58256866（预约免费接送参观）

地址：高新区科航路1001号（高新区医院内）

综合招聘

天桥区成丰桥世贸天悦招聘

◆建筑行业专职会计

5000-8000元/月

◆项目负责人

8000-12000元/月（含五险）

年龄20-40岁。18053109401

综合招聘

<p