

# 还“饭圈”一片晴朗



现在的“饭圈”在平台和商业资本的运营和裹挟下片面追求“流量为王”，一些组织群体为了自身利益诱导青少年无底线追星，导致这些青少年在网上互撕谩骂、拉踩引战、刷量控评、不当消费，造成了不良网络文化和社会现象，也误导和侵蚀了青少年的三观。

□ 王思北

一段时间以来，“饭圈”频频出现的粉丝非理性追星行为引发社会各界关注。

追星本无可厚非，但是没有底线就成了问题。如果粉丝追星追的是明星的专业能力和人格魅力，让构成“饭圈”主体的青少年群体得到正能量的激励，有助于他们实现自我发展和认同。

然而，现在的“饭圈”在平台和商业资本的运营和裹挟下片面追求“流量为王”，一些组织群体为了自身利益诱导青少年无底线追星，导致这些青少年在网上互撕谩骂、拉踩引战、

刷量控评、不当消费，造成了不良网络文化和社会现象，也误导和侵蚀了青少年的三观。

还“饭圈”一片晴朗，需要聚焦问题精准打击。近期，国家网信办深入清理涉粉丝群体违法违规和不良信息，目前已累计清理负面有害信息15万余条，处置违规账号4000余个。国家广播电视总局集中开展了为期一个月的网络综艺节目专项排查整治，并下发通知重点围绕网络综艺节目内容内涵、题材类型、评审投票、嘉宾人员、话题评论等关键环节提出管理要求。

还“饭圈”一片晴朗，需要

压实平台的主体责任。网络平台特别是“饭圈”较为集中的网络平台应切实负起责任，进一步建立健全内控规则和制度，减少各类不合理的明星榜单，同时严格管理平台上一些助长歪风的营销号，主动过滤掉有害内容，处置不良信息。

还“饭圈”一片晴朗，还需多方共治形成合力。作为偶像，应以崇德尚艺作为追求，为粉丝传递正能量；明星经纪团队、粉丝后援会等应引导大家理性追星；同时，家庭和学校也应加强对青少年的教育引导，帮助他们树立正确偶像观。



大众报业集团十大名牌专栏  
诗评画议

非法改装存隐患，  
充电起火真危险。  
事故多发当警惕，  
遵守规则保安全。

绘画 徐骏 配诗 郝玲

8月10日，中消协发布电动自行车消费警示。近年来，我国电动自行车年销量超过3000万辆，社会保有量接近3亿辆。当前，电动自行车起火爆炸事故呈现多发态势，给居民日常生活带来安全隐患。国家轻型电动车及电池产品质检中心分析发现，车辆改装是引发事故的关键行为，电池和充电器是造成事故的重要源头。  
据新华社

# 农村不能成为打击“黑医美”盲区



打击“黑医美”，农村不能成为监管盲区。针对当下农村“黑医美”活动需要加快形成联动机制，药监、公安、卫健、网信、行业协会等多部门常态化配合，整个社会一起编织起“护美联盟”。

□ 董小红 黄筱 梁军

近年来，随着生活水平不断提高，医美消费下沉趋势逐渐明显，不仅大城市医美市场火爆，“小镇青年”们的逐美热情也日益高涨。然而，在广大乡镇青年们开始热衷打针、动刀等医美项目时，却遭遇了各种花式“黑医美”套路，让人叫苦不迭。

记者近期跟随执法人员暗访发现，藏身于乡镇居民楼、农村场镇中的违规生活美容院，打着“美丽休闲馆”“SPA沙龙”“护肤中心”等旗号，长期从事非法医美活动。这些“黑医美”机构所使用的产品多数为“三无”及过期的美容产品，也不具备医疗美容资质。

更有甚者，还在乡镇农贸市场

场上大搞“游击走穴”，“今天打一针，明天就跑路”的现象也不鲜见。这些“黑医美”不易被发现，流动性和隐秘性强，后期取证困难，已成为农村“美丽经济”发展的新痛点。

“黑医美”为何能下乡泛滥？一方面，随着大中城市消费者自我保护意识的增强，监管逐步强化，一些“黑医美”机构在大城市难以生存，顺势不断向县区、乡镇渗透；另一方面，农村“小镇青年”们求美意识刚刚萌芽，对“黑医美”缺乏足够的辨别能力。

监管难以触及“最后一公里”，也催化农村“黑医美”花样不断翻新。“朋友圈营销”“熟人介绍”“冒充美容顾问”“医美专家下乡咨询”等套路

也出现在了农村爱美青年的身边。不少“小镇青年”们刚萌发的爱美之心，就这样被扼杀在了原地。

打击“黑医美”，农村不能成为监管盲区。实施行之有效的动态监管手段，加大打击力度，促进农村“美丽经济”规范化、健康化发展迫在眉睫。针对当下农村“黑医美”活动需要加快形成联动机制，药监、公安、卫健、网信、行业协会等多部门常态化配合，整个社会一起编织起“护美联盟”。

此外，“小镇青年”们也要擦亮双眼，提高辨别和选择的能力，让农村“游击走穴”的市场空间越来越小，利用成熟消费者这只“无形之手”，倒逼市场加速净化。

# “山寨协和”变“谐和”就能规避监管？

□ 刘芳洲

近日有媒体调查发现，随着有关部门严厉打击“知名医院被冒牌”现象，有些“山寨协和医院”被摘牌后玩起了“谐音梗”，悄然更名为“谐和医院”。天眼查数据显示，相关企业信息已有上百条。

《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，经营者不得实施“足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为”。个别医疗机构摘下“山寨协和”的帽子，换上“谐和医院”的牌子，玩这种容易让人混淆的“谐音梗”，本质上仍是在“傍名牌”。

今年2月，国家市场监督管理总局办公厅发布通知，要求各地依照《广告法》《医疗广告管理办法》，强化医疗广告监管执法，打击医疗机构擅自使用“协

和”等知名医院名称标识，或利用违规名称发布虚假广告、欺骗或诱导患者、夸大病情或疗效的问题。从实际效果看，治理行动取得了初步成效，但需进一步加大力度。

一方面，相关部门要加强医疗广告监管执法，提高登记准入门槛，督促医疗机构消除侥幸心理，诚信经营。对于医疗机构冒用知名医院名称，或利用违规名称发布虚假广告、欺骗患者、夸大病情或疗效的行为，要加大打击和惩罚力度。

另一方面，对民办医疗机构来说，需明确其吸引患者的根本是医疗水平、资源以及为患者提供周到而专业的服务，“请假名医”“傍名牌”等投机行为只会搬起石头砸自己的脚。建设健康中国需要从从业者的自觉意识与医者仁心。

邮箱: czmg668@126.com 来稿请注明联系方式,稿件一经采用,稿酬从优。

接种新冠疫苗 利己利家利国

大众日报 淄博融媒体中心

讲文明树新风 公益广告

相信科学 接种疫苗