

“智慧助老”释放“老年友好”

■ 张永生

现实：不少老年人正遭遇“数字断连”，还有的正艰难地跨越“数字鸿沟”。日常生活中，一些老年人由于不懂使用互联网、智能手机，不熟悉各种复杂的软件操作，在出行、就医等高频事项上，往往一筹莫展，只好“望屏兴叹”。可以毫不夸张地说，“数字断连”“数字鸿沟”已经成为影响老年人生活品质的重要因素。续上“数字断连”，填补“数字鸿沟”，是一道摆在治理者面前的考题，更是一个需要下功夫解决的问题。

人们常说，科技是推动社会进步的硬核力量。科技的核心价值不仅在于它能够使资源得到高效利用，更在于能够给人们带来普遍实惠。既要高效，也要普惠，对海南来说，帮助老年人跨域“数字鸿沟”显得尤为重

要。首先，海南有六成人口在农村，

且每年都有大量的“候鸟”老人前来过冬，这些人群中有不少人尚未适应数字化时代带来的变化，在出行、就医等高频事项中亟需“数字帮扶”。再者，随着“智慧海南”建设和全岛同城化步伐日趋加快，新一代科技应用场景日益增多，将会给人们带来越来越丰富的体验。如果因为“数字鸿沟”的缘故，老年人不能像其他群体一样拥抱这些前所未有的体验，那将是一个缺憾。

“智慧助老”，说到底是要以人文关怀的温度软化融化科技的“硬度”，以高质量的服务换取老年人的获得感。服务，既需要贴心走心，也需要善于“上新”，前者体现的是用户思维，后者体现的是创新意识。无论是用户思维还是创新意识，都应围绕提高服务的可选择度和便利度而展

开。具体而言，一方面，要拓展服务的“带宽”，让老年人在办事时，既可以线上办，也可以线下办，还可以线上线下融合办，而且都能办得利索、办得舒心；另一方面，应注重用科技的手段破解科技带来的问题，比如，引导鼓励企业开发更多简单易用的软件、应用，让老年人能够更快地掌握一些必备的操作知识，通过“数字反哺”更好地融入数字化时代。

有学者认为，人类社会正面临双重挑战，即人口结构越来越“老”、数字化形态越来越“新”。这意味着，帮助老年人跨越“数字鸿沟”不是一下子的事情，而是常态化的工作。期待方方面面对照“时间表”“任务书”，瞄准问题，拿出实打实的举措，推动建立长效机制，努力让老年人早日无障碍地享受智能化带来的福利。

网言网语

技术在飞速发展，各类科技类新产品、新服务层出不穷。对于一些老年人来讲，这就是一堵无形的“技术墙”，使其难以享受技术带来的便利服务。关怀老年人，帮助老年人融入信息社会，需要打破“技术墙”的阻碍，让老年人方便地用上新技术、新产品。

——江德斌

“一个文明的社会，一定是对所有公民都抱有温情和善意的社会”。当今很多无纸化公共服务事项将老年群体边缘化。对老年人进行“数字反哺”，共享时代福利，同时要保留原始的办事方法，重视“线下”的温情。尊重每一位老年人，同样是尊重未来的自己。

——钟语微

H 海南观察

最近，省老龄办出台《海南省“智慧助老”行动工作方案》，明确到2022年底基本建立帮助老年人跨越“数字鸿沟”的长效机制以及重要时间节点的目标任务。相关方案提出推动高频政务服务向基层延伸，优化“互联网+政务服务”应用，完善“健康码”管理、实现全省“一码通行”，引导网约车平台升级约车软件、增设“一键叫车”功能，等等，释放出政策善意，体现了老年友好社会应有的温度。

万物互联的数字化时代，社会的运行方式、人们的生活方式正在经历深刻变革。人们在享受智能化带来的种种便利之时，也需要直面这样的

把沙子卖给阿拉伯人的启发

■ 钱文科

这个把沙子卖给阿拉伯人的故事，和经典营销案例——卖鞋子给非洲人、卖冰箱给北极的爱斯基摩人一样，都是变不可能为可能，带给人们诸多启发。当前，正在加快推进自贸港建设，开创全新的事业，免不了在新领域摸爬滚打、在新航道试错尝新。卖沙子的故事提醒我们，有的时候多一些解放思想、打破常规、另辟蹊径的思路与行动，就能变不可能为可能，实现事业上的突破。

细想想，商人之所以能够成功把沙子卖给阿拉伯人，首先一点在于“此沙非彼沙”。同样叫沙子，但是“沙沙各不同”，不同的沙子，给人触摸、踩踏的体验不同。商人的高明之处在于，善于发现沙子之间的差别。海南大力推进自贸港建设，要想在招商引资、招才引智、政务服务、旅游服务等方面，实现提质升

级，需要拿出辨别“此沙非彼沙”的独到眼光，立足省情实际，多做一些与兄弟省份有区分度、辨识度的探索与努力。

其次，商人之所以能够把沙子卖给阿拉伯人，还在于其高效的执行力。故事当中，除了把沙子卖给阿拉伯人看出来是个疯狂的想法外，把沙子运到迪拜又何尝不是一个疯狂的想法呢，但是这位商人做到了。在打开脑洞想象之后，他立即着手去做，表现出来的执行力令人叹服。诚然，没有落实到行动上的想法，就只是空想。建设自贸港，急需的解放思想，不仅是“头脑风暴”，更多的也是实际行动。实干创未来。通过实干，也能够反过来检验我们的一些想法是否科学、可行，让思与干在实践中相互促进，就能为推动自贸港建设不断作出新贡献。



H 图说辣论

莫让共享充电变“共享”隐私

近日，公安部网安局微信公众号推送了一篇题为《警惕身边的共享充电宝陷阱》的文章。该文称，部分共享充电宝不仅存在质量隐患，还可能被不法分子植入“木马”程序，导致手机通讯录、照片、视频等隐私数据泄露。

共享经济时代，共享充电宝能在众多共享产品中占有一席之地，自有其便捷之处，但倘若不能守住安全底线，让个人隐私随之“共享”，即便

再便利，人们也会望而却步。毕竟，安全才是共享经济长青的前提。

充电宝，共享更需共治，尤需把好安全关。相关企业应采取更多措施保障用户信息安全，加强售后维护和检测，及时清理病毒程序；有关部门要建立行业准入标准，加强对商家的监管；用户也要增强防范意识，如遇侵权及时举报。唯有共同保障安全，才能安心共享。

(图/王锋 文/李萌)

H 来论

盲盒火爆也别“盲购”

■ 樊树林

近年来，盲盒受到很多人喜爱，众多商家跨界推出盲盒产品，“盲盒+”的营销方式渐热。与此同时，盲盒圈渐渐刮起“炒作风”，盲盒带来的过度消费引发关注。(1月5日《工人日报》)

所谓盲盒，就是在盒子中放置不同的产品，消费者购买前不能拆盒，全凭运气抽中商品。这种不期而至的神秘感，类似于抽奖游戏的商品营销手法，大大刺激用户复购率。

“人生就像一盒巧克力，你永远不知道下面是什么味道。”虽然不少人认为爆红的盲盒是一把新的“割韭菜刀”，但还是有人用电影《阿甘正传》里的这句台词来形容“抽盲盒”的期待心理。随着以盲盒经济为延展的商业模式在各行各业被复制、借鉴，盲盒逐渐成为新的文化圈层，盲盒文化获得很多人的文化认同和心理认可。

当下，盲盒热潮带来了众多跨界创新产品，“盲盒+”营销模式逐渐流行。2020年4月，“故宫淘宝”推出了“宫廷宝贝”“猫祥瑞”等主题盲盒，受到业内点赞；一波大波如“唧唧喳喳”“奈雪的茶”等餐饮品牌纷纷开启“盲盒营销”；麦当劳、上海迪士尼等商家均将盲盒概念引入产品；“考古盲盒”则让买家从被动接收变为主动探寻，买家化身考古学家，体验了一把考古工作的艰辛与惊喜……

应该说，这类盲盒在塑造品牌形象、增加产品销量的同时，也传播了自己品牌的文化和理念，是值得肯定的。然而，就像一枚硬币有正面和反面，对盲盒经济所衍生的问题也需要警惕。凤凰网一项民调显示，网友们认为盲盒存在的问题与不足按照投票比重依次为：噱头过大，产品本身缺乏实用性(30.17%)；价格不合理，部分产品溢价严重(20.35%)；让消费者“上瘾”，花费更多金钱(17.43%)；下游市场投机、炒作严重(16.05%)，部分产品涉及抄袭等争议(9.44%)。在“万物皆可盲盒”的热潮之下，在类似赌徒心理的驱使下，很多人在炒作盲盒的道路上越走越远。盲盒经济鱼龙混杂的状况越来越严重，泡沫化越来越明显。

对于盲盒经济，相关部门要进行规范，以保护消费者的权益，呵护市场繁荣发展。首先，需要健全完善相关法律法规，让市场发展有章可循。同时，监管部门应规范经营秩序，对交易不透明的经营行为、虚假广告和产品质量问题及时查处；互联网运营商应对每一款上线的盲盒加强审核，防止低俗内容泛滥。此外，面对盲盒背后的“瘾”，年轻群体也应按捺住“跃跃欲试”的心理，别冲动盲购，让商家收割了“智商税”。

本版言论只代表作者个人观点
投稿信箱：hnrbpl@163.com

广告·热线：66810888

治口臭口疮请用养阴口香合剂 口臭口苦咽干对症治疗要重视 口臭口疮便秘胃难受，怎么办

出现：口臭、咽干口苦、胃灼热痛、口腔溃疡、肠燥便秘等症状的人群，如果胃热津亏、阴虚郁热，可选用养阴口香合剂。

有这样一个案例：一位在迪拜做贸易的商人，应邀参加阿联酋当地的一个宴会。宴会中，主人的小女儿哭着跑了进来，原来她玩耍时被沙滩中的石子划伤了脚。主人生气地抱怨沙子太粗糙。说者无意，听者有心，这个商人随即产生一个想法：向迪拜的阿拉伯人卖沙子。经过仔细调研，他发现当地遍布沙滩花园式别墅，铺设的沙子质地粗糙，而自己的家乡拥有非常细软的沙子。于是，他将家乡的沙子制成成品，运到迪拜展示，给迪拜人优质的产品。于是，商人的沙子生意兴隆起来了。

细想想，商人之所以能够成功把沙子卖给阿拉伯人，首先一点在于“此沙非彼沙”。同样叫沙子，但是“沙沙各不同”，不同的沙子，给人触摸、踩踏的体验不同。商人的高明之处在于，善于发现沙子之间的差别。

细想想，商人之所以能够成功把沙子卖给阿拉伯人，首先一点在于“此沙非彼沙”。同样叫沙子，但是“沙沙各不同”，不同的沙子，给人触摸、踩踏的体验不同。商人的高明之处在于，善于发现沙子之间的差别。

批准文号：国药准字Z20025095

网址：www.gzwst.com

生产厂家：贵州万顺堂药业有限公司

[功能主治]清胃泻火，滋阴生津，行气消积。用于胃热津亏、阴虚郁热上蒸所致的口臭，口舌生疮、齿龈肿痛、咽干口苦、胃灼热痛、肠燥便秘。

【禁忌】尚不明确；【不良反应】尚不明确。

【注意事项】请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。

【贮藏】密封，置阴凉干燥处。

【有效期】36个月。

【批准文号】黔药广审(文)第221208-00189号

口臭、口舌生疮、齿龈肿痛、咽干口苦、胃灼热痛、口腔溃疡、肠燥便秘等症状的人群，如果胃热津亏、阴虚郁热，可选用养阴口香合剂。

贵州万顺堂药业有限公司的高

原苗药养阴口香合剂，国药准字

Z20025095，选用贵州名贵金钗石斛

鲜品入药，从药材源头把关，精选十

余味地道药材而成。具有三大功能，

滋阴生津、清胃泻火、行气消积，用于

长期腹泻(慢性肠炎、功能性腹泻)要重视

治肠炎止腹泻—安场牌鞣酸苦参碱胶囊 腹泻、急慢性肠炎可用安场牌鞣酸苦参碱胶囊

数，加强机体免疫力而起抗菌作用，

鞣酸可使肠黏膜表层内的蛋白质形

成一层保护膜而减轻刺激，降低炎症

渗透物和减少肠蠕动，起收敛止泻作

用。拉肚子、有肠炎，请选用安场牌鞣

酸苦参碱胶囊，治肠炎止腹泻。长期

腹泻患者应按疗程使用，巩固疗效，

儿童成人用法用量请阅读说明书。

批准文号：国药准字H52020688

网址：www.gzwst.org

生产厂家：贵州万顺堂药业有限公司

【适应症】用于功

能性腹泻和急慢性

肠炎、肠易激惹综合征引起的腹泻。

请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。

【不良反应】少数人有头昏、嗜睡、恶心等症状。

【禁忌】尚不明确；

【注意事项】请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。

【贮藏】密封，置阴凉干燥处。

【有效期】36个月。

【批准文号】黔药广审(文)第220806-00182号

在海南一心堂、海南养天和、海南龙之林、琼海广益、海南归一堂、三亚亚特连锁、康一生堂连锁、康乐连锁、永敬堂振兴路分店、振德堂昌茂分店、青壹堂药房、广源新科大药房、春林药店、永敬堂水头村分店、永敬堂白水塘分店、众安堂连锁、仁之堂药品超市均有销售；联系电话：400089577 13876901062

乐东龙栖湾智慧海洋牧场二期项目海域使用权挂牌出让公告

项目编号：(LDHY-2020-2号)

根据《中华人民共和国海域使用管理法》《海南省实施<中华人民共和国海域使用管理法>办法》和《海南省海域使用权审批出让管理办法》及有关法律法规规定，经乐东黎族自治县人民政府批准，乐东黎族自治县自然资源和规划局决定以挂牌方式公开出让乐东龙栖湾智慧海洋牧场二期项目海域使用权。现将有关事项公告如下：

一、宗海基本情况：

项目名称	用海位置	用海面积(公顷)	用海类型	用海方式	用海期限(年)	挂牌起始价(万元)	保证金(万元)
乐东龙栖湾智慧海洋牧场二期项目海域使用权	乐东黎族自治县九所镇龙栖湾附近海域	145.1469	渔业用海(其中人工鱼礁用海7.4903公顷，养殖用海137.6566公顷)	透水构筑物、开放式养殖用海	15	790	260

二、竞买人资格与要求

中华人民共和国境内的法人、自然人或其他组织均可报名参加竞买(除法律、法规另有规定外)，申请参加竞买者须提出书面竞买申请，并提供《竞买须知》中要求提供的相关文件。

三、项目用海管理要求

(一)海洋环境保护要求。竞得人应将工程项目海洋环境影响报告书报海洋渔业行政主管部门核准。竞得人应严格按照核准的环境影响报告书要求，建设环保设施，落实环保措施，履行相应的生态环境补偿、赔偿责任；

(二)如竞得人在竞得前未开展本项目的前期工作，竞得人凭支付给本项目实施前期工作垫付费用的有效凭证，办理海域使用权登记发证手续，否则不予办理；

(三)其它未尽事宜按照海域管理和海洋环境相关法规执行。

四、交易方式：在挂牌时限内只有一个竞买人报价，且报价不低于低价，并符合其他条件的，采取协议方式交易；在挂牌时限内由两个或两个以上竞买人参与报价的，采取网络竞价方式交易。

五、本次挂牌出让的详细资料和具体要求，详见挂牌出让手册。申请人可于2021年1月11日至2021年2月5日到乐东黎族

海南省市场监督管理局关于2020年度商事主体年报公示的公告

根据《企业信息公示暂行条例》《中国(海南)自由贸易试验区商事登记管理条例》等规定，现将我省2020年度商事主体年报公示的有关事项公告如下：

一、报送年度报告的商事主体：凡于2020年12月31日前在海南省市场监督管理部门登记注册的商事主体，应当报送2020年度报告并公示。其中，农民专业合作社和个体工商户可以自主选择报送年度报告。

二、年度报告报送时间：企业、农民专业合作社和个体工商户年度报告报送时间为2021年1月1日至6月30日；外国企业常驻代表机构年度报告报送时间为2021年3月1日至6月30日。

三、年度报告报送方式：企业、农民专业合作社和外国企业常驻代表机构应当通过“国家企业信用信息公示系统(海南)”报送年度报告