



算计之下,何谈餐桌安全?

□ 刘庆功

甘肃省天水市褐石培心幼儿园将彩绘颜料稀释后用于食品制作的恶性事件,截至7月7日晚已造成233名幼儿血铅异常。这个触目惊心的数字背后,既有对幼教行业基本准则的漠然视之,也交织着令人心惊的认知盲区与利益算计。

从麦积区联合工作组查获的三色红枣发糕、玉米卷肠包来看,这些本应充满童真的食物名称,却成了毒害幼儿的“罪证”。彩绘颜料既不能改善口感,也无法提升营养,其唯一作用就是改变食物外观色泽。或许经营者确实存在认知局限——未必清楚颜料中铅元素的具

体危害,也未曾想过一次“美化”会酿成孩子终身健康风险。但“不可食用”的标识赫然在目,将非食品原料混入幼儿餐点的行为,本身就已突破了食品安全的基本伦理。这种对警示标识的无视,即便源于真的无知,也是对孩子生命安全的冷漠。

更深层的问题在于,这种“无知”往往与算计共生。用颜料快速美化食物,既能讨好孩子、减少喂食麻烦,又能节省采购成本——这样的利益权衡清晰可见。即便起初对铅危害一知半解,但长期操作中应对幼儿出现的不良健康反应有所察觉。这种“选择性无知”的背后,是将幼儿健康视为可牺牲成本的冷酷算计:在他们眼中,幼儿的潜在健康风

险是“遥远且可承受”的,远不及眼前的运营便利与成本节约重要。

幼儿园法定代表人朱某琳与投资人李某芳的一系列决策,更清楚地暴露了他们在利益面前没了底线,连该有的正确认知都抛到了脑后:从网络平台购买彩绘颜料,到后厨稀释后用于部分食品制作,再到端上幼儿餐桌,全程无人质疑和阻止。这绝非偶然疏忽,而是利益裹挟下的集体失智——明知原料违规却懒得学习安全知识,漠视幼儿生命却抱着“暂时无事”的侥幸,每个环节都在功利算计中默许纵容,成了这一恶性事件的推手。

从事件结果来看,经营者的事业可能因这场事故毁于一旦,这是

其行为导致的必然结果,丝毫不值得同情。但每个家庭为孩子血铅数值彻夜难眠的煎熬,那些稚嫩生命可能承受的终身健康风险,却在拷问着社会:当幼教从业者既缺乏必要的安全认知,又充斥着短视的利益算计,我们该如何守护孩子的餐桌安全?

诚然,完善的食物安全教育能填补认知空白,严密的监管网络能筑起制度防线,但这些外部约束终究抵不过内心的敬畏。真正能阻止此类悲剧的,不仅是对风险的“知晓”,更是不为利益损害生命健康的良知,是将“无知”转化为学习动力的责任自觉。唯有让每个从业者明白:无知本是祸根,算计更是祸首,才能让幼儿园真正成为守护生命健康的港湾。

□ 刘学

近期,电视剧《以法之名》在中央电视台热播,在观看相关犯罪案件侦办的同时,不禁让人思考,无论何时何地,身处何种职位,都必须坚守法律底线。

法律体现国家意志,是社会秩序的基石,承载着维护公平正义、保障公民权利、促进社会稳定与发展的重任。法律如同一道坚固的防线,将正义与邪恶、合法与非法进行清晰划分,确保社会在既定的规则框架内有序运行。

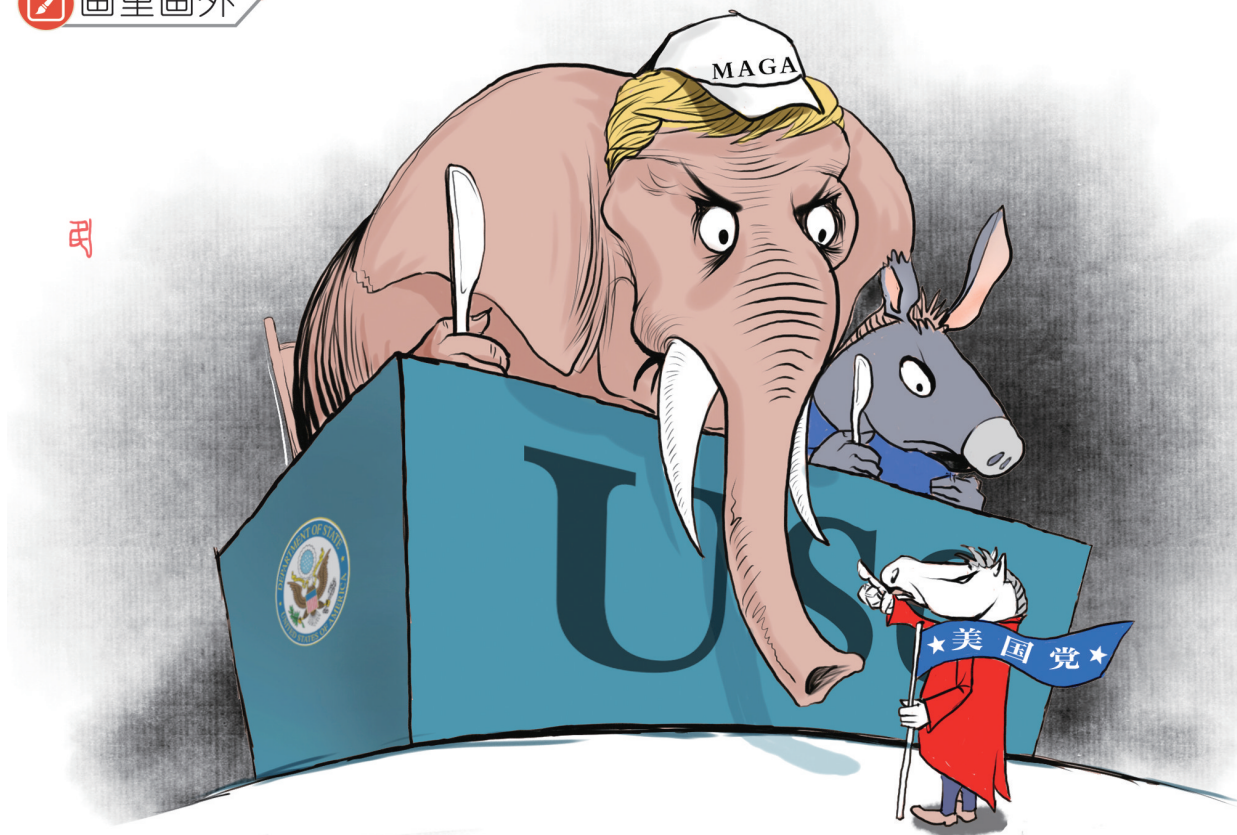
法治的核心价值在于维护公平正义。法律面前人人平等,不偏袒任何一方,不纵容任何形式的特权和腐败。当不法行为侵犯了公民的合法权益、损害了社会的公平正义时,法律就是受害者的坚强后盾。只有这样,才能让广大群众在每一个司法案件中感受到公平正义,增强对法治的信心。

法律的尊严在于其普遍适用性和不可违抗性。无论权力大小、地位高低,任何个人或组织都必须在法律的框架内行事,不得凌驾于法律之上。当不法行为挑战法律权威时,不仅是对具体法律条文的违反,更是对整个法治体系的蔑视和破坏。因此,对于任何不法行为,法律必须亮剑,坚决予以打击,以维护法律的尊严和权威,确保法治精神深入人心。

真正做到“法,不能向不法让步”,就必须不断加强法治建设,完善法律体系,提高司法公正性和效率性。加强法治宣传教育,提高全民法治素养和法律意识,让法治观念深入人心。同时,建立健全监督机制,加强对执法、司法活动的监督制约,确保权力在阳光下运行,防止权力滥用和腐败现象的发生。我们每一个人都应该成为法治的坚定维护者和践行者,用实际行动捍卫法律的尊严和权威,共同筑起一道坚不可摧的法治长城。只有这样,我们才能建设一个更加公正、和谐、稳定的社会环境,让广大群众在法治的阳光下幸福生活。

对个人来讲,要学法懂法,维护法律权威,在学好宪法等根本大法的同时,主动学习同自己工作密切相关的法律法规。心中高悬法律明镜,手中紧握法律戒尺,遵守法律、执行法律,积极营造办事依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法的法治环境。

《以法之名》热播背后的思考



美式“斗兽棋”

徐民 作



反内卷背景下,如何端出“新蛋糕”

□ 郝凯

当国家层面倡导避免“内卷”,呼吁从低水平重复竞争中突围,寻求高质量发展新路径之际,小米YU7以一场现象级的市场表现,为这一战略转向提供了生动的注脚。YU7创纪录订单的背后,清晰折射出中国经济破局“内卷”困境的关键路径——与其把蛋糕切得更碎,不如沉心聚力,用创新之火烘烤出更大的“新蛋糕”。

端出“新蛋糕”,要着眼于生产切实提升生活品质、承载美好生活预期的“好产品”。从物质稀缺到丰盈的时代背景下,YU7现象并非消费者一时冲动,当智能座舱的流畅如随身手机般自然,当扎实的续航里程足以打消里程焦虑,“开车变成享受”的体验价值才是根

本原因。消费者乐于为这些切实提升生活品质、承载美好生活预期的“好产品”掏腰包,正是中国经济发展未来增长的底气所在。

端出“新蛋糕”,要着眼于小米代表的“平台型制造业”和生态化经营模式,这正是国家所倡导的新质生产力。我们可以看到,小米没有为产品定很低的价格,YU7的定价是符合市场预期的,也是比较理性的,是靠产品力来推动的定价策略。小米的利润来源也是多元化的,不是简单的打价格战卖车,而是在做生态化经营。从小米的发布会来看,纸巾盒、投影仪、手机、平板,还有在全球接入超过10亿台智能设备的“人车家全生态”,都会为经济增长提供平稳而持续的动力。

端出“新蛋糕”,还要有面向全球的

视野与雄心。笔者看到,不少电商从业工作者已着手研究怎样帮小米铺设海外渠道,将优质产能和创新成果推向更广阔的天地。好产品让全世界老百姓都能用上,那才是真正的中国“新蛋糕”。

说到底,YU7现象不只是卖了几十万台车。它让我们看到:当企业愿意沉下心搞技术,当产业链上下游拧成一股绳,当消费者愿意为“好产品”买单,经济就有了往上走的劲儿。经济好不好,从来不是看几串数字,而是看楼下的饭馆有没有排队,看我们普通人敢不敢为自己喜欢的东西花钱。YU7可能只是一个开始,但至少让我们相信:只要有好产品、好产业、好预期,咱们的日子,就会越过越有盼头。