

观点
扫描



技术发展的步伐越快,越需要有与之相匹配的手段来遏制其滥用的可能,否则就有可能打开“潘多拉魔盒”。

“刷脸”时代需适当做减法

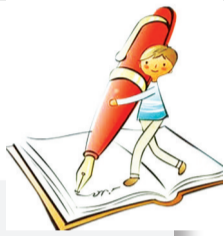
面对公共场所过度使用甚至滥用人脸识别技术,近日,上海开展消费领域个人信息权益保护专项执法行动,加快整治步伐,朝着公共场所“不刷脸为原则、刷脸为例外”的目标持续攻坚。(12月3日《文汇报》)

刷脸支付、刷脸解锁、刷脸开门、刷脸进站……人脸识别技术遍地开花,正越来越频繁地嵌入我们的生活。然而,刷脸技术提供便利的同时,也引发了诸多担忧。当“刷脸”无处不在,最终这些隐私数据会流向哪里,是否存在泄露风险,会否对个体隐私、财产利益等带来威胁,仍然是个未知数。

类似担忧并非杞人忧天,有关人脸识别的争议屡有耳闻。一些物业要求业主只能刷脸才能进小区;开发商为精准获客,在售楼部偷偷设置人脸识别系统;学校采取姿态评估、表情识别、人脸识别技术,对学生上课情况进行监

控;甚至还有游泳馆更衣柜也用上了人脸识别……事实上,很多时候这些技术应用犹如“高射炮打蚊子”,在使用场景必要性、程序正当性、与服务内容关联性方面都需要打上一个个大大的问号。

技术发展的步伐越快,越需要有与之相匹配的手段来遏制其滥用的可能,否则就有可能打开“潘多拉魔盒”。目前,个人信息保护法等相关法律法规已对经营者收集个人生物识别信息作出原则性的规定,为技术良性发展确立航道。在此基础上,防止人脸识别技术滥用,当务之急是要装好“安全阀”、细化治理思路。在事前环节,不妨提高准入门槛、明确行业资质,相关部门可出台人脸采集使用场景的限制性规定,制定相关白名单、黑名单;此外,有必要加强对写字楼、商场、企业等重点场所、重点领域的重点监督,切实增强执法精准性、穿透力。付迎红 来源:广州日报



“可爱经济”催生出的情绪价值消费,正在成为撬动消费增长的一个新支点。更多市场主体应该敏锐洞察市场趋势,与用户建立情感联系,让产品成为互动的容器。

“可爱经济”何以抚慰心灵

745岁的妙应寺白塔“穿”上毛衣顿添糯感;地坛的枫叶和银杏叶变成了毛绒玩具,露出可爱搞怪小表情;古希腊胜利女神在国博靠“软萌”出圈,一度断货……一股“毛绒绒风”正在北京文旅市场掀起新风暴。文创设计的选题已经从“历史传统”深入到“当下生活”,年轻人更舍得为“可爱经济”蕴含的“情绪价值”买单。(12月3日《北京日报》)

在社交平台上,各地文旅推出的特色文创很是吸睛,甘肃“麻辣烫”、陕西“肉夹馍”、山西“刀削面”、杭州葱包桢、绍兴臭豆腐等美食,都变身为可玩可装饰的毛绒玩具。“毛绒绒风”是文旅产业可爱化的生动体现,也是对年轻人追求“可爱经济”的顺势回应。年轻人不仅获得了愉快的互动购物体验,还收获了满满的情绪价值。正是这种“情绪价值”的浸润加持,使得更多年轻人成为“可爱经济”的拥趸。

“可爱经济”的外在表现为文创新产品的“绒化”,内核则是尊重和满足公众的情绪价值。历史传统的文物古迹、风土人情、美食小吃,有了更高级的外在表现形式,年轻人个性化需求就能被更好满足。既具有表现上的仪式感,又兼备体验上的新特感,正是年轻人爱上这些毛绒玩具的重要原因。

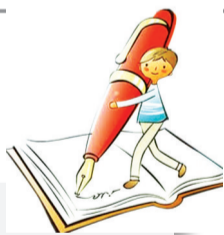
“情绪价值”是一个人通过自己的言行、态度、情感表达等方式,给他人带来情感上的满足和心理上的抚慰。这种价值并非物质上的给予,而是通过情感层面的交流实现。从淄博烧烤的盛极一时,到“尔滨”冰雪的走红出圈,这些现象背后都体现了对公众情绪价值的重视,并通过恰当

的方式让他们需求得到满足。

在人们的心灵深处,都渴望被抚慰、被关注、被爱护,在这个过程中,情绪价值的投射是非常重要的。“可爱经济”作为一种新型消费形式,逐渐成为一股强大的消费动力。各种情绪价值消费催生出一批消费新业态、新场景,涌现了一批新服务、新群体,“可爱经济”日益成为消费市场新的需求密码和拉动消费升级的助推器。

“毛绒绒风”的吹送,为文创产业发展提供了新思路,毛绒文创正成为文旅市场的新晋“顶流”。毛绒文创这股风想要吹得长久,一是要通过内容挖掘、产品塑造、营销推广等措施提升产品文化内涵、文品质量和品牌影响力;二是要结合当下新时代的审美风尚,打造多样化消费场景,提供多元化、个性化、品质化的文化消费体验;三是顺应消费市场趋势的新变化,挖掘产品背后的情绪价值,打通消费者情绪痛点,满足消费群体情感诉求;四是大力发展萌宠经济、解压经济、怀旧经济、悦己经济等新业态,创造出更具情绪价值的文旅产品和服务。

“可爱经济”的现实意义就在于更好纾解人的压力并抚慰他们的心灵。“可爱经济”催生出的情绪价值消费,正在成为撬动消费增长的一个新支点。更多市场主体应该敏锐洞察市场趋势,与用户建立情感联系,让产品成为互动的容器。谁能够提供触动消费者情感的产品或服务,谁就能在竞争激烈的市场中获得更多优势。许华凌 来源:北京青年报



医学探索没有止境,提升医疗服务亦是如此。期待更多走心又“解渴”的好政策,让资源多“走路”、群众少跑腿。

“一次挂号管三天”彰显便民导向

“一次挂号,多日有效。”日前,广东已有深圳、珠海、湛江等地推出这一便民政策。12月3日,省卫生健康委在“民生热线”节目中回应,广州也将在明年从市属医院开始试点并逐步推广,具体覆盖的诊疗范围还在研究中。

“一次挂号管三天”刚刚推出时,就备受期许。过去,多数医院的挂号仅限当日有效,这就意味着,如果当日拿不到辅助检查结果,就必须隔天重新挂号。除了花了更多的钱,一旦遇上号源紧张,想要复诊未免太过折腾,有时医生的结论明明就只有几句话,患者的等待时间却生生被拉长。在这种情况下,“一次挂号管三天”的创新之举,的确直击堵点和痛点。淄博市卫健委公布的统计数据显示,这项举措一年可为患者减免挂号费约240万元。

就医体验好不好,体现在“关键小事”中。梳理最近几起报道,不难发现一个鲜明导向——从挂号到就诊,从检查到结算,改善就医体验要全流程发力、全方位推进。从一些地方的探索来看:有的将服务再升级,推出“一次挂号管七天”;“先诊疗后付费”“零押金住院”等信用就医模式,大大简化了就医流程。从全国范围来看:国家卫生健康委等七部门近日发文要求推进医疗机构检查检验结果互认,节约医疗资源,提高医疗服务效率;随着改革的推进,医保共济范围逐步从市内扩大到省内、从直系亲属扩大到近亲属、从省内扩大到跨省,“一人生病,全家共济”更可感可及……如此种种,不仅是体制机制的优化,更是服务理念升华。

把好事办好,更需要“致精微”。以“一次挂号管三天”为例,在试点过程中,初诊者和复诊者的冲突,是比较普遍的问题。避免初诊者被频繁插队,复诊者等待时间过长,关键

是明晰规则、合理排序、动态管理。理论上,医院的门诊量越大,对细节和管理的要求往往就越高,更须因院制宜,切忌“一哄而上”、搞“一刀切”。正如相关负责人在节目中表示,广州市目前还没有正式发文开展该业务,是因为广州很多大医院病人特别多、门诊量大,情况有点复杂,有必要通过试点积累经验,完善制度机制,再逐步推广。

事实上,切口再小的改革,背后也是一项系统工程。比如,“医检互认”就不是单纯的医学问题,涉及医疗资源差异、操作标准统一、责任划分、利益分配、信息共享等一系列环节,有赖于多方协同,优化政策配套;再如,对于“先诊疗后付费”,也有人担心恶意欠费,这种模式是否具有可持续性,很大程度上取决于信用评估、风险防范的能力;同理,“一次挂号管三天”也要兼顾效率和公平,寻找“最大公约数”,根据现实反馈弹性调整。有的地方借助信息技术自动判断出符合条件的患者,并自动分配序号,就是值得借鉴的经验。

不可避免的是,医院的运营成本会有所增加。但只要坚持公益性导向,保证医生的工作量与绩效挂钩,体现其劳动价值,才能充分调动其积极性,为“以最小的成本达到最好的疗效”创造条件;避免续诊需求扎堆于大医院,需要进一步落实分级诊疗制度,把小病、慢病、常见病诊疗留在基层;长远来看,扩大“一次挂号管三天”的受益面,如推广至专家门诊、多学科联合门诊,甚至是打破时间限制,归根结底,还是要把“蛋糕”做大。

医学探索没有止境,提升医疗服务亦是如此。期待更多走心又“解渴”的好政策,让资源多“走路”、群众少跑腿。

钟颐 来源:南方日报