



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

社委会
江 单 陶 沙 尹万塘
李增勇 张华勇

编委会
江 单 尹万塘 张华勇
黄 浩 李增勇 龚德贤
张邦毛 许平安 董 哲
梅任重

顾问 | 方智平 邓飞 李凌
名誉社长 | 李克炎
社长、总编辑 | 江 单
常务副社长 | 陶 沙
常务副总编辑 | 尹万塘
执行社长 | 黄 浩
副社长 | 李增勇 钱正云
龚德贤
执行总编辑 | 张华勇
副总编辑 | 朱文强 张存猛 周应文 董哲

采访中心
主任 | 董 哲 (兼)
编辑中心
主任 | 罗 阳
评论新闻中心
主任 | 张 颖
经济新闻中心
主任 | 龙 腾
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安 (兼)
群众工作中心 (内参部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄 浩 (兼)
融媒体中心
主任 | 罗明荣
新闻影像中心
主任 | 古 风
经营中心
副总监 | 严明川
品牌战略中心
主任 | 骆 闻
先锋文化出版中心
总编辑 | 唐吉民
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心 / 《思想者》编辑部
主任 | 艾华林
思想者电台
主编 | 郭园

驻境外记者
驻澳门记者 | 王 强
驻台北记者 | 黄昭蓉
驻东京记者 | 向建国
驻新加坡记者 | 毛周
驻新德里记者 | 黄朝
驻阿拉木图记者 | 周璐
驻耶路撒冷记者 | 贺友
驻加州记者 | 黄 浩
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可夫
驻奥斯陆记者 | 向建军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹志强
驻堪培拉记者 | 欧阳子

民族伤痛岂能沦为赚钱工具？

近日，某购物平台上一款名为“731 毒气实验室益智拼装积木”的玩具引发争议，相关话题登上热搜。打着还原历史、爱国教育的旗帜，实则贩卖民族沉痛的历史记忆，毫无道德底线、触碰了法律红线，扭曲变异价值观，亵渎了民族情感、侵犯了国人尊严，是可忍孰不可忍，必然得付出相应的代价，才能慰藉世道人心，维护正确历史观、民族观、家国观。

赚钱有很多种路径和方法，偏偏选择投机取巧、伤害民族感情，试图以冠冕堂皇之名掩盖精致利己主义行径。

铭记历史，不是消费历史；不忘民族记忆，不能把血腥罪行转化为可售卖的“实验室”。玩具可以作为承载多元主题的载体，但任何创意都不能凌驾于人文底线与历史观、民族观之上。要知道，冒犯了民族情感、伤害了国家尊严，传递错误的历史观念、道德观念，焉能被世人所接纳？历史不容遗忘，民族情感不可亵渎，更不能沦为肆意消费、任性扭曲的商品与赚钱工具。

敬畏历史、永葆虔诚之心，才能从历史中汲取奋进力量。亵渎历史、冒犯民族情感，毫

无敬畏之心、价值坚守，必然会吞噬整个民族精神脊梁。任何娱乐、异化历史和民族情感的现象，都在肢解和荼毒社会价值底座，当坚决抵制并以严厉惩处。对历史缺乏敬畏与虔诚，肆意抹黑、扭曲、异化，怎能以民族精神凝聚团结奋进的磅礴合力？更遑论激励亿万人笃定信仰、拼搏进取、担当作为？所见，一个玩具看似无关紧要，实则关乎民族精神构建、社会价值塑造的重大命题。把民族伤痛当做赚钱工具，活该人人喊打、口诛笔伐。

在民族情感与历史

底线上，决不能留下任何口子与缝隙。认清历史、正视过去、永葆敬畏，才能把那份沉痛的记忆、深刻的教训牢记于心。总之，在事关民族情感和历史正义的问题上，我们当恪守本分、斤斤计较、不能让步，更不能给投机者与试水者任何空间。否则，如何面对那些为了民族独立、人民解放以及和平事业而流血牺牲的先辈英雄们？我们的精神源头遭受污染，必将摧毁整个民族精神大厦。

民族记忆被拿来当做“流量密码”，每一个旁观者都在犯罪。无论是商家的无良之心，

抑或是平台审核缺位，又或是你我围观默然，甚至个别人推波助澜，都是在正确历史观、民族观、道德观上犯错。所见，一个缺乏大是大非的玩具，给我们都上了一课。树立心中的价值标杆，以虔诚之心、敬畏之心对待历史，守护亿万人共有的民族记忆，让其不沾染污垢，才能擦拭你我精神家园与灵魂圣地，永葆向上进取、踔厉奋发、勇毅实干作风，为强国建设、民族复兴凝聚强大精神力

■段官敬

网红经济要“流量”更要“规矩”

这个国庆假期，江西景德镇街头上演了一幕“李逵遇李鬼”的现代戏。一辆顶着“网红鸡排哥”招牌的三轮车正要开摊，就被城管人员拦下劝返。“没有报备吧？没有报备就没有（摊位）的。”城管人员这句朴实的话，道出了城市管理的底线与规矩。

就不远处，真正的“鸡排哥”摊位前排起长龙，有游客甚至早上 9 点就来等候下午才出摊的“鸡排哥”。一热一冷，一兴一衰，对比鲜明，引人深思。这不禁让人想起那些曾经红极一时又迅速沉寂的“网红”景点和“网红”产品，它们的故事反复印证着一个道理：没有规矩的流量，终将是昙花一现。

“鸡排哥”的走红堪称现象级。其“脱口秀式”销售风格让“炸不到位，我无法原谅自己”等金句传遍网络。短短 8 天，抖音账号粉丝突破 60 万，“鸡排哥文学”相关话题播放量达 1.5 亿次。流量为景德镇带来了实实在在的收益——酒店入住量增长 30%，20 至 30 岁的年轻人成为游客主力军。

面对这“泼天的富贵”，景德镇相关部门展现出难能可贵的管理智慧。不是简单粗暴地“一禁了之”，也不是放任自流地“照单全收”，而是通过成立工作专班、设置 12 个分流摊位、特聘“鸡排哥”为“文旅推介官”等创新举措，既保住了流量热度，又维护了市场秩

序。这种“管而不死、活而不乱”的做法，正是“网红经济”健康发展的关键。

反观那个被劝返的“冒牌鸡排哥”，他的问题不在于摆摊谋生，而在于破坏了规矩。弘文社区工作人员说得明白：“这里原本就是一个便民集市，此前的摊主报备后可以继续摆摊，未报备的直接来摆摊，会被劝返。”也就是说，规则面前，人人平等，不会因为谁火了就可以特殊，也不会因为谁模仿网红就可以网开一面。

“鸡排哥”本人的清醒同样令人赞赏。面对爆火，他暂不考虑直播带货，希望细水长流做好本职工作，严格把控食品安全。这种对职业的敬畏、对规则的遵

守，恰是其能够持续走红的内在原因。这与那些急于变现、忽视质量的“网红”形成鲜明对比。

放眼当下，“网红经济”已成为推动消费、拉动就业的重要力量。但与此同时，虚假宣传、商标侵权、产品质量等问题也层出不穷。“冒牌鸡排哥”虽只是个小事件，却折射出“网红经济”发展中的大问题——如何平衡流量与规矩的关系。

景德镇的做法提供了一个可行路径：既要热情拥抱新业态，为创新发展留足空间；又要冷静守住老规矩，让各方在明确规则下有序参与。这不仅是城市治理能力的体现，更是对所有市场参与者的公平保护。

规矩不是创新的枷锁，而是可持续发展的保障。就像交通规则一样，它限制了个别人的“随心所欲”，却保障了大多数人的“畅通无阻”。在“网红经济”的道路上，同样需要这样的“交通规则”，让创新之车行稳致远。冒牌“鸡排哥”被劝返，但他留给我们的思考却很有价值：流量或许可以带来一时热闹，但规矩才能铸就长久繁荣。网红经济的健康发展，需要的不仅是创意的火花，更需要规则的护航。唯有如此，“网红”才能变“长红”，“流量”才能变“留量”。

■刘纯银

监管“红线”能否勒住医美乱象的缰绳？

国家卫健委近日划定监管“红线”：生活类美容机构严禁开展医美项目，不建议未成年人进行非必要医美。

此次“红线”精准击中当前医美市场两大突出“痛点”。一方面，生活美容与医疗美容的界限被刻意模糊。美甲店里注射玻尿酸、美容床上进行激光治疗等违法行为，不仅威胁消费者健康，更已触碰法律红线。另一方面，未成年人成为“黑医美”的重点目标。审美观尚未成熟的青少年极易在社交媒体“白幼瘦”风潮影响下冲动决策。

然而，划定“红线”

仅是第一步，确保“红线”“带电”、形成有效震慑才是关键。医美乱象之所以屡禁不止，根源在于多方面。其一，违法隐蔽性强，“黑诊所”常藏身居民楼、写字间，查处难度大；其二，违法成本低，即便被查处，罚款金额与非法获利相比往往微不足道，难以对违法者形成有力约束；其三，市场需求旺盛，社交媒体与网红文化催生的“容貌焦虑”，让“黑医美”拥有源源不断的客源，“一顿午餐时间改头换面”的诱惑，使消费者认知与行为惯性难以靠一纸公文瞬间扭转。

要让监管“红线”真正发挥威力，必须多管齐下、形成合力。首先，监管必须从“常态化”走向“精准化”与“高压化”。市场监管、卫生健康、公安等部门需建立长效联动机制，利用大数据等技术手段，对线上线下宣传进行精准筛查，对可疑场所实施“点对点”打击。同时，大幅提高违法成本，引入“行业禁入”和“巨额惩罚性赔偿”制度，让违法者“一朝违法，终身禁业”，不敢越雷池半步。

其次，斩断“黑医美”的客源。一方面，加强对正规医美机构和

医生资质的宣传，简化公众查询流程，让“先查证，后消费”成为共识。另一方面，亟需在学校教育中植入“健康审美教育”，引导青少年树立自信、多元的审美观，从源头上抵制“容貌焦虑”。媒体和社交平台也应承担起社会责任，减少对“白幼瘦”等单一审美标准的鼓吹，对过度营销、虚假宣传的医美内容进行严格管控。

最后，正视并疏导公众对美的合理追求。监管的目的并非扼杀行业，而是为了其更规范、更健康地发展。在严厉打击非法行为的同时，

也应鼓励正规医美机构提供专业、透明的服务，满足消费者在安全前提下的合理需求。

“医美不是‘变美捷径’，而是有风险的医疗行为。”国家卫健委新闻发言人的这番提醒振聋发聩。监管“红线”的划定是规范行业的重要开端，但要真正勒住医美乱象的缰绳，还需要持续的制度创新、严格的执法行动以及全社会的共同参与。唯有让监管始终“带电”，让审美回归理性，才能彻底铲除“美丽陷阱”的生存土壤，守护好公众的健康权益。

■王志高