



今日关注

天天观点

“恶犬伤人”犬主全责 最严责任还需“最强管理”

□ 江德斌

2月5日，最高人民法院发布饲养动物致人损害典型案例。其中提到，民法典规定，禁止饲养的烈性犬等危险动物造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任。该条规定表明，禁止饲养的烈性犬等危险动物的饲养人或者管理人应当承担“最严格的无过错责任”，没有任何的免责事由可以援引，无权抗辩减少或者免除责任，承担着更重的法律责任。饲养人或者管理人违反规定饲养烈性犬等危险动物，具有严重的主观过错，饲养人或者管理人应承担侵权责任。

近年来，“恶犬伤人”事件频频发生，造成了严重的人员伤亡，部分恶性案件暴露出犬主法律意识淡薄，引发激烈的社会舆论争议，要求加强犬只管理，强化犬主责任、提高违法成本的呼声不断。如今，最高法通过发布典型案例，明确在“恶犬伤人”事件中，无论受害人有无过错，犬主均要承担全责，如此一来，犬主的侵权责任加重，违法成本大幅提高，将形成倒逼效应。

显然，“恶犬伤人”犬主全责释放了一个强烈信号，提醒犬主为避免承担沉重代价，就要负起日常看护责任，诸如文明遛狗、出门系绳、佩戴口套、注射疫苗、远离老幼群体等，以防发生伤人、吓人事故。与此同时，还需要加强推动犬患治理，除了犬主要承担“最严格的无过错责任”，还应进一步强化职能部门的管理责任，制定明晰的管理细则，采取“最严管理”措施，对犬只实施量化、细化、严格化管理。

目前，全国很多地方都发布了犬只管理规定，明确家庭可养犬的种类、数量等，并制定了文明养犬制度，要求登记、植入芯片、遛狗系绳、清垃圾便等。但由于缺乏强有力的执行措施，未能形成有效管理和震慑力，导致文明养犬规定被犬主无视，“恶犬伤人”事件不断发生。因此，接下来最重要的事，就是实施严格管理，并将压力给到执法部门，通过强化日常管理、严格执法，遏制违规养犬、“恶犬伤人”等现象。

事实证明，“恶犬伤人”的表象是犬只问题，实质是犬主的问题，正是部分犬主未能履行文明养犬责任，对犬只过于宠溺、疏于看护，对法律和他人权益缺乏尊重，在发生伤人事故后，还极力维护犬只，洗脱自身责任。显然，文明养犬不能只停留于口号上，要通过严格执法，强化犬只管理，对违规养犬者采取强制没收、罚款、禁养等措施，让违法伤人的犬主承担沉重代价，才能形成有效的震慑力，最终将文明养犬落实到行动上。

新闻壹段评

让过年留岗务工人员“安心”更“暖心”

每逢春节，服务业、制造业等行业因员工返乡，出现季节性用工短缺。一些企业通过加工资、发红包、送礼包、安排补休等方式留人和招人，保障生产生活正常运行。“春节前十天完工，工资8000元”“工资1万元，回家过年不如值班挣钱”“可预支、可睡懒觉，不加班”……最近，招聘平台上的这些高薪急招信息颇为诱人。

解决季节性用工短缺问题，用高薪急招、发红包等形式来留住员工，是时下不少企业惯用的做法。但要想从根本上解决春节期间劳动力短缺的问题，不仅要从小远的角度出发，完善员工激励机制和合理的培训与晋升制度，提高员工对企业的归属感，还要关注留岗务工人员的需求和权益，用安排补休、丰富文化生活等实际行动为他们送去温暖和关爱。此外，相关部门也应积极行动，规范企业用工行为，保障留岗员工的合法权益；加大对企业的监管力度，保障春节期间的用工需求，让留岗务工人员“安心”更“暖心”。

化解春节停车难，要多些“让利于民”

新春临近，正值返乡探亲、消费购物的高峰时期。日前，江浙多地宣布2024年春节期间道路免费停车。2月4日，江苏南通推出春节停车惠民举措，全市2.4万个停车位免费向市民开放。此外，浙江宁波、江苏镇江等地也相继发布通告——春节期间，所在辖区范围内的道路收费泊位实行免费停放。

化解“节日停车难”问题，一方面需要让现有的停车位发挥最大的作用，提升使用效率；另一方面，需要多施划一些临时停车位，合理利用城市空间。与此同时，相关部门也要多些“让利于民”的服务理念，确保节日期间“停车位不涨价”。江浙等地此举真正用“积极作用”换取了“服务滋味”，实为一举多赢。

规范“算法”，立规矩与严监管须并重

最近，北京市民王兰遇到一件令人啼笑皆非的事情：儿子睿睿还不到10岁，手机却频繁收到各种相亲信息。追根究底，原来是儿子前几天误点了一则相亲广告。这让王兰感到担忧：“网络对用户信息的收集已到了无孔不入的程度。”此类事情并非巧合，而是“算法”计算的结果。身处大数据时代，越来越多用户担心被“算计”，日益关注“信息茧房”“大数据杀熟”“诱导沉迷”等问题。“别让‘算法’成为‘算计’”成为网民共同心声。

“算法”是一柄双刃剑，在提高信息推荐与用户需求的匹配度、提高用户搜索的效率、帮助用户节约时间的同时，也会加剧用户“信息茧房”的困局，进而失去信息选择的能力。因此，要想规范“算法”，监管机构还应实行对平台“算法”规则评估、审查及满足用户知情权、选择权的应用监测等监管的常态化，从而真正实现“算法”的善治。

黄威 整理点评



中国妇女报全媒体记者裘安(右二)在直播间体验主播工作。

□ 中国妇女报全媒体见习记者 裘安
□ 中国妇女报全媒体记者 任然 肖睿

“小玉，快把蜜薯先烤上，记得烤箱温度别调错。”“春蕾，你准备下楼，送冰糖葫芦和杏干的车还有5分钟就到了。”“艳伶，前面放样品的桌子灯光不太好，等下把货品都摆上后再调整下。”

主播王丹一边确认着直播的各个细节，一边和中国妇女报全媒体记者分享起自己兴奋的心情：“这次系列活动的首场直播能落地我的直播间，我觉得很荣幸，我们团队的成员也非常兴奋，这是对我们新农人巾帼讲师团最大的认可和鼓励！”

1月23日下午4点，北京市平谷区电子商务服务中心内，“平谷新农人讲师团”团长、平谷区平谷镇妇联兼职副主席王丹带着讲师团的姐妹们热火朝天地为晚上的直播做着最后的准备工作。

新春将至，为了营造欢乐喜庆的新年氛围，1月23日至2月3日，中国妇女报联合北京、陕西、重庆、海南、湖南、四川、山东等地的多位巾帼农人、创富带头人，共同打造10场“美好生活节 年货购不停”直播带货活动。本次活动为观众呈现了一场别开生面的年货购物盛宴，吸引了众多观众的关注和参与。累计观看人数达160万，总点赞量近50万，总销售额超过117万元。

女报记者化身“年货推荐官” 走进各地主播直播间

“江津是米花糖之乡，我们这里的米花糖香甜酥脆、爽口化渣、甜而不腻、营养丰富。我们的糯米来自湖北，核桃和玫瑰花来自云南，黑芝麻和花生来自山东，原材料天然优质，要的朋友拼手速。”1月27日，中国妇女报主播许真学在重庆江津“巴渝网姐”周鸿的直播间里热情地向屏幕前的粉丝们推介起江津的特产。

“瑶珍的白鹭珍香米精选传统瑶族山

区小粒香稻种，山泉水灌溉，绿色种植，煮熟后米饭清香四溢……喜欢的朋友们可以下单尝一尝。”1月30日，中国妇女报全媒体记者裘安在湖南长沙“瑶珍姐姐”蒋珍凤的直播间里体验起了主播的身份。

1月31日，在重庆万州区甘宁镇，许真学和赵妍熙、周艳香等主播带领网友们走进热闹的甘宁龙年大集，为大家带来充

满万州特色的乡土产品。“今天我带大家来甘宁赶集，这个牛肉香辣酱用料扎实、滋味浓郁，过春节大家可以用来做火锅、炒川菜，特别好用。产品已在直播间上架，价格特别优惠，大家赶紧拍下啦！”

麻辣鲜香的川味香肠排骨、浓油赤酱的黑秘酱板鸭、香味浓郁的永川豆豉、咸鲜香脆的松溉盐白菜……2月1日，在重庆永川区，许真学和永川区淘金学校副校长伍巧在“茶竹姐妹巧手课堂”直播间上播，活色生香的乡土美味受到了观众的热烈追捧，热度节节攀升。

2月2日，在四川都江堰“温姐在四川”的直播间里，裘安与主播温茜、何小伊、傅佰莉在充满乡土气息的演播室里向观众推荐着四川的特色好物。

一场场直播体验下来，记者深感助农直播的辛苦、不易。“不同于网络上知名的头部主播团队，从事农产品带货的地方主播团队体量小、灵活度高、根植乡村、直连原产地，能更好地把带货收入转换为乡村振兴的经济效益。这样一个寥寥数人的直播团队需要支撑起直播前的选品、预热、脚本写作，直播中的互动、数据监测，以及直播后的复盘等多项复杂工作，每一项工作都需要反复商讨，确保万无一失。”化身主播的女报记者们表示。

解锁产品背后的故事 推动各地年货好物走出去

在直播间内，主播们不仅向观众介绍了各具特色的好物产品，还分享了助农故事和产品背后的故事。

“在瑶珍的水稻田中，经常可以看到成群的白鹭在自由地飞翔。我们常年的生态种植方式，为大瑶山的白鹭提供了一个良好的生态环境，它们飞来飞去，在稻田中寻找食物，自由地嬉戏、玩耍。”“瑶珍姐姐”蒋珍凤在直播间里生动地介绍了香米的种植环境，漫天飞舞的白鹭，勾勒成一幅美丽的画卷。

粉丝江女士告诉记者，她非常期待这场直播。当天她早早就守在直播间，看到自己中意的瑶珍香米上一链接就立马下单：“一直在等这场直播，想采购一些经济实惠的年货，这次直播间的选品和价格都没的说，可以放心入手，很高兴能够买到这样抢手的优质产品。”

来自四川大凉山的主播傅佰莉在直播间为观众讲述了她带领全国各地的伙伴到“苦荞之都”大凉山，从深入学习苦荞相关



中国妇女报主播许真学(左)在“鸿姐土货”直播间。

这个春节有哪些新变化、新气象、新趋势？

——四大看点前瞻

□ 新华社记者 梁军 王井怀 翟翔

2024年春节即将来临。这个春节有哪些新变化、新气象、新趋势？记者通过一些关键词做了梳理。

旅游 春节带动全球旅游消费

去哪儿平台数据显示，从春节期间出发的目的地来看，国内游北京、上海、深圳、成都、广州、哈尔滨、昆明、海口、西安、重庆机票预订量较高。2月11日(大年初二)出行的预订量较高，接近节前高峰。

为迎接八方来客，全国各地景区相继送出“大礼包”。甘肃鸣沙山月牙泉、玉门关遗址、敦煌雅丹世界地质公园免费向游客开放；广西多个景区宣布对东北三省游客实行门票优惠活动；四川阿坝州、甘孜州、凉山州和攀枝花市国有4A级及以上旅游景区实行“门票买一送一”。

2024年春节前夕，农历新年被确定为联合国假日。农历新年被赋予更多世界性，也带动全球旅游消费进入旺季。

数据显示，2023年，中国有4.24亿人次出入境，同比上升266.5%。2月9日起，我国和新加坡互免签证。随着免签国家增加、国际航班恢复，中国游客的出境游热情高涨。在去哪儿平台上，泰国、日本、中国香港、马来西亚、新加坡、韩国、中国澳门、澳大利亚、印度尼西亚、阿联酋是热门目的地。

“我姓瑞，欢迎哈尔滨来与我相会。”瑞士国家旅游局局长用中文喊话哈尔滨。在这个春节，北欧四国仿佛与东北三省形成情感的共鸣。在去哪儿平台上，与“十一”假期相比，挪威、芬兰、丹麦、冰岛机票预订排名均上升了10名以上。此外，卡塔尔旅游局邀请中国游客看熊猫，吉隆坡“唐人街”安排舞狮舞龙，期待春节与中国游客相逢。

出行 新能源车自驾成风尚

今年春运，客运量同比有较大增长。交通运输部数据显示，春运首周，全社会跨区域人员流动量超13亿人次。

火车票太抢手，不少人选择自驾回乡。包头距天津大约800公里，过去10多年，杨顺利都是从包头开燃油车回天津过年。不久前，杨顺利才知道，沿线大一些的高速服务区大都可以充电，老家天津宁河区实现了公用充电站乡镇全覆盖。这让他有了开新能源车回家过年的想法。

日前，记者在天津周边农村走访发现，农村充电基础设施越来越常见。以宁河区为例，国网天津宁河公司累计建成公用充电站136座，形成了一张城市、道路、村镇全覆盖的充电服务网络。

国家能源局新闻发言人张星日前在新闻发布会上介绍说，截至2023年底，全国共有6328个服务区配建了充电设施，占服务区总数的95%，北京、上海、河北、安徽等15个省

份高速公路服务区已全部具备充电能力。河北邯郸一名村民对记者说，以前新能源车“下不了乡”，现在充电问题解决了，“不仅能开新能源车返乡，春节期间还能开着去拜年、走亲戚”。

餐饮 年夜饭也可“预制” 老字号推陈出新

美食是中国人过年的重头戏。餐饮行业推陈出新，满足了不同受众的需求。

当餐厅里的年夜饭一桌难求，预制菜开始批量登上中国家庭的团圆饭桌。在线上平台，与年夜饭有关的预制菜产品纷纷开展年货节等促销活动，预制菜年货礼盒上写着“加热即食”“速食料理”等关键词，均在各自旗舰店进入热销榜。10道菜的全家福礼盒，贴出了500元以内的亲民价格。购买者纷纷给出好评，称“发货挺快，很适合假日囤一些，很方便”。

一盘盘大餐端上桌，人们不仅要吃出香味儿，更要吃出文化味儿。一些老字号匠心独运，结合当下的饮食趋势和审美需求，融入新的烹饪技术与食材，为消费者提供了新的文化体验。

上海的“中华老字号”绿波廊研发了“画龙点睛玉龙糕”，以熟咸蛋黄、肉松为馅，外面点缀以自制的玫瑰酱，为玉龙“点睛”。拥有百年历史的南翔馒头店推出了青梅酒熟醉蟹黄小笼和蟹膏鲜肉小笼。“这些美食属于非遗制作技艺，大家不只是吃美食，更是品味中国

专业知识开始，再到苦荞种植实验基地的播种、育苗、测试，用科学的力量投身于农业研究优化产能，帮助更多高山地区的乡村稳定增产的故事，并向观众展示了大凉山西昌苦荞沙琪玛、苦荞茶、雷波脐橙、德昌蜜金桔等特色农产品。

“我们大凉山的雷波脐橙是石头缝里的金果子。雷波脐橙生长于金沙江沿岸河谷地区，土壤多为砂石地，光照充足、水质优良、空气清新，以其‘果形美观、皮薄、无核、汁液多、糖分高、蜂蜜味浓郁’而远近闻名。”傅佰莉说，此次中国妇女报“美好生活节 年货购不停”直播带货活动，能让更多观众了解大凉山特色农产品的生产过程和质量保障。她表示，希望能借此提升消费者对当地农产品的信心和购买意愿，进而推动大凉山特色农产品走向全国。

各地农特产品“出山” 助推乡村文旅“出圈”

在“巴渝网姐”周鸿的直播间里，除了有江津花椒、红糖、米花糖、腊肉等江津年货，还有对四面山风景、星空民宿的推介，引发了天南地北网友们的热烈追捧。

北京的网友张女士说：“连续关注了几场直播，不仅在直播间抢到了不少物美价廉的特产，还‘种草’了诸如星空民宿等特色文旅产品，打算下次旅游去当地体验。”

在重庆城口专场直播活动中，城口县巾帼新农人陈德孟和县融媒体中心主播陈文玲也给广大网友分享了城口的特色农产品和特色年货，并推介了城口好物及当地旅游特色。

重庆城口县妇联主席冉万玲告诉记者：“县妇联将持续发挥桥梁纽带作用，积极通过线上线下推介城口‘妇字号’农特产品，不断提升巾帼直播的带货能力，发展‘短视频+直播+巾帼志愿者’模式，通过当地特产、好物吸引游客，再借助优质文旅产品反哺农产品带货，形成‘1+1>2’的带货、文旅良性循环，帮助更多女性创业者增收致富，为推动城口县乡村振兴贡献巾帼力量。”

“这次和中国妇女报联合打造的‘美好生活节 年货购不停’直播带货活动真的很受欢迎，2.1万观看量，6.1万点赞量是很不错的数据。”提起这次直播，“川妹带川货”直播品牌带头人、主播温茜的兴奋溢于言表。“这次直播活动成功借助中国妇女报平台和妇联平台对四川好物、优质旅游资源进行了一次推广实践。”温茜说。