今日论衡之民生探微 □熊丙奇

家庭教育指导师指导的是家长 别被机构忽悠了

市面上的“家庭教育指导师”证书不下十余种，发证单位多冠以“中字头”“国字头”。机构营销宣称证书是“国家认证”的“从业资格”，并强调目前考证享有“政策优惠”。近日，人社部向社会公示了18个新职业，家庭教育指导师位列其中。今年1月，家庭教育促进法正式施行后，相关培训和考证开始大量出现。记者调查发现，一些培训机构以“人才紧缺”“政策扩招”为幌子，推出价值几千元甚至上万元的家庭教育指导师考证班。不少学员反映其课程内容东拼西凑，证书毫无含金量，培训班承诺的“高薪就业”也难以兑现。(7月17日工人日报)

今年1月1日实施的《家庭教育促进法》明确，“未成年人的父母或者其他监护人应当与中小学校、幼儿园、婴幼儿照护服务机构、社区密切配合，积极参加其提供的公益性家庭教育指导和实践活动，共同促进未成年人健康成长。”“县级以上地方人民政府及有关部门组织建立家庭教育指导服务专业队伍，加强对专业人员的培养，鼓励社会工作者、志愿者参与家庭教育指导服务工作。”落实《家庭教育促进法》，也就需要培养一批“家庭教育指导师”，专职或兼职从事家庭教育指导工作。

“家庭教育指导师”顾名思义是对家庭教育进行指导的指导师，给家长进行面上的家庭教育理念普及以及个性化的家庭教育指导工作，受众是家长。但是，我国一些培训机构和家长，却把“家庭教育指导师”理解为“住家教师”“家教”，是上门在家里给学生提供学科辅导的教师，这就把受众变为学生，而不是家长了。还有的家长认为，自己搞不好家庭教育，可以聘请一名专业人士来代替自己进行家庭教育。但，这显然是对“家庭教育指导师”职业的错误定位。

明确“家庭教育指导师”职业标准与内涵，对健康开展家庭教育指导，至关重要。家长应该明白，对孩子进行家庭教育是家长的职责，是不能把这交给其他人员的，家长在履行家庭教育职责时，要接受家庭教育指导，掌握正确的理念和方法，这才需要家庭教育指导师。家庭教育指导师也需要明确职业规范，不是指导学生如何学习，而是指导家长开展家庭教育，解决家长遇到的具体家庭教育问题。

聘请“住家教师”开展家教，是“双减”治理的隐形、变异培训，因此，培训机构不能把“住家教师”包装为“家庭教育指导师”，把“家教”自定义为“家庭教育”，而需要按照“家庭教育指导师”职业的标准、内涵，开展“家庭教育指导师”培训，并给“家庭教育指导师”正确的职业理念教育。不要让“家庭教育指导师”把自己的职业误解为“住家教师”，以为有“家庭教育指导师”的身份，就可以住家方式对学生进行学科培训了。

另外，需要明确的是，通过培训获得的“家庭教育指导师”证书，不是职业资格证书，而是能力评价证书，是由社会机构进行的评价，是否得到认可，要看培训的质量与“家庭教育指导师”本身是否具有指导家长的专业能力。所有开展家庭教育指导的机构，按照法律的规定，都必须是非营利性，而不能以逐利为目的。监管部门要加强对机构的监管，严查虚假宣传，而选择家庭教育指导培训的人员，不要想着赚大钱，轻易被机构忽悠。

（作者是知名教育学者）

酷暑天气下，户外采样如何与时俱进

首席评论 □江德斌

近来国内多地出现罕见高温，“热射病”成为不少人关注的焦点。新冠疫情防控不能有所懈怠，需要医护人员、疾控人员和其他防疫工作人员克服极端气候环境，继续奋战在新冠抗疫的第一线。不过如何科学防控，最大程度保护防疫人员的健康和安全、避免中暑，也不容小觑。张文宏团队提示，“户外”普通人群采样无需穿“大白”。(7月17日第一财经)

中暑是一种可以威胁生命的病理生理状态，如果发现不及时、处理不正确都可能导致不可逆转的损伤，乃至死亡。“热射病”则属于重度中暑，救治不及时的话，死亡率高达60%。近段时间以来，各地出现持续40℃高温天气，户外作业中暑的危险系数增加，已有多人因“热射病”而死亡。目前，很多地方在做核酸检测时，采样人员仍然穿着“大白”防护服坚持工作，时有抗疫人员中暑，甚至有护士患“热射病”而在全力抢救中。

基于防范病毒感染的设计理念，防护服采用特殊材质制作，穿上去密不透风，在冬季都能捂一身汗，而酷暑天气下，在户外采样时穿防护服，外晒内闷，热量无法畅快散发掉，犹如洗桑拿一般，汗水流个不停，人体的温度会急剧上升，进而导致中暑。近期，从媒体报道和网络曝光的信息可以看到，各地采样人员为了防止中暑，采取了各种“土办法”降温，比如在头上绑雪糕、屁股下放冰袋、抱着大冰块等等，这些措施效果有限，只能稍微缓解一会，最终仍会受困于防护服的憋闷。

显然，“土办法”不如科学防疫，在防护服影响防疫人员的生命健康时，应寻求更科学的防疫措施，如改为穿更为轻薄的隔离衣、医疗口罩等。

日前，张文宏团队发文，建议户外给普通人群采样时，只要“一级+”的防护措施，近距离接触时，可以在N95口罩的基础上戴面屏防护。

为防止医务人员中暑，目前南昌市已改变标准，要求室外采样人员不再穿防护服，而是穿一次性隔离衣；采样地点尽可能安排在阴凉处，避免阳光直射；采样人员一小时换岗，并把制冷机、风扇、冰块放在医务人员周围帮助降温；采样点配备藿香正气水等防暑药品和生活物资。

由此可见，在酷暑时节，户外采样时病毒传播风险较低，应在做好安全防护的基础上，全力保护防疫人员的生命健康安全，降低中暑概率。时下，全国进入漫长的“三伏天”，高温天气还将持续一段时间，如何制定适应酷暑天气的防控标准已成保护抗疫人员的当务之急。另外，还可因地制宜，适当调整采样时间，把采样时间尽量安排在较为凉爽的早晚阶段，避开阳光直射的酷热时段。

易烊千玺弃职国家话剧院“退一步”海阔天空

热点快评 □然玉

易烊千玺17日就报考国家话剧院一事发布声明称，在应聘过程中，他完全遵照国家话剧院招聘通知和考试要求，从未与国家话剧院的老师协商或讨论任何涉及“萝卜坑”的事，也从未使用任何所谓“走捷径”的方式来获取名额。易烊千玺同时表示，与家人相关的种种谣言，让他感受到从未有过的荒诞与恐惧。经过慎重思考，他决定放弃入职国家话剧院。(中新社)

风口浪尖的易烊千玺，最终选择“知难而退”。在一纸极力自辩的声明最后，抛出“放弃入职国家话剧院”的决定，俨然有着满满的委屈。复盘此事的整个过程，网友质疑之声不绝，易烊千玺却坚称无错。那么，问题到底出在哪里？说到底，大众所担忧的，无非是名人以不正当竞争，形成对普通人利益的侵占——当然，这种叙事模型，既有现实基础，也有想象成分。

易烊千玺澄清，没有“萝卜坑”、从未“走捷径”。此前，国家话剧院的回应，也是类似的说辞和口径。事实上，网络关于“易烊千玺考进国家话剧院有猫腻”的说法，并没有拿出有说服力的证据。那些“指责”，更多还是基于猜想，或者说是一种经验主义的“合情联想”。其之所以引发共鸣、呼应者众，显然是因为这种解释框架呼应了一定的社会现实，看起来有鼻子有眼。

所谓“明眼人都知道的事情”，往往只是心证，即是“立场先行，论证省略”。在大众印象中，明星艺人大多是“学力堪忧”“考力不足”的，考编这种千军万马过独木桥的游戏，竟也能轻而易举手到擒来，于是便难免质疑四起。

易烊千玺考进国家话剧院，激起轩然大波，一方面很容易被解读为是“名人”对“普通人”机会的剥夺；另一方面，也容易被视作流行娱乐对经典艺术的渗透。置于这种“双重焦虑”的大背景下，易烊千玺难免被投掷于舆论的风暴眼中。

毋庸讳言，至少可以确信的是，易烊千玺和国家话剧院的“结合”，是个各取所需的双赢之举。本质上，这就是一个强强联合、资源置换的过程。只是很遗憾，这波操作却让“第三方”很受伤，而最终令入职告吹。

很多时候，“赢麻了”往往也就“友尽了”。“退一步”的易烊千玺，想必对取舍之道又多了一分透彻，而这并不是一件坏事。

经济观察 □张枭 黄铁苗

未雨绸缪促厚装月饼“瘦身”

还有54天，中秋节就要到来。当下，相信不少月饼生产厂家已经铆足了劲，着手包装设计、营销策划，以便在今年的月饼市场大展拳脚。然而，有一个问题，一直以来受到社会广泛的关注，那就是月饼过度包装的问题。月饼过度包装，不但造成了资源的浪费、环境的污染，而且豪华包装的费用，最终还是由消费者买单。因此，作为消费者而言，我们最希望吃到的是货真价实、包装简单、正规绿色的月饼。

食品过度包装问题，在我国早已有之。就月饼而言，首先是包装层数过多。多年来，市面上出现的月饼包装问题的主要表现便是层数过多，消费者在购买月饼后，往往要打开许多层的包装才能吃到最后的月饼。此前，澎湃新闻对此作过报道，一盒月饼，八层包装，净重仅占34%！相信不少消费者在打开月饼包装的时候，也会有同样的经历。在吃完月饼之后，这些包装大都会被丢进垃圾桶。

其次是包装材质过奢。华丽的月饼包装，有的采用红木或者金属，更有甚者采用大面积的烫金烫银工艺。这种奢侈的包装材质，虽然具有华丽的外表，却并不实在。生产厂家只注重月饼的面子，而不重视月饼的里子。

再次是包装结构繁琐。厚装月饼的内部结构都较为繁琐，繁琐的包装往往体积较大，在作为废弃物丢弃时，还要占不少的空间。

何以有月饼生产厂家会热衷于为月饼着厚装？

首先是利益驱动。不少月饼厂家在包装设计上，大多会采用多层加厚材料，高价的月饼，几乎一半或超一半的成本花在了包装上，而不是物品本身上。其次是由于人们希望礼品包装美观大方、拿得出手的心理，为月饼及其他礼品的厚包装起了推波助澜的作用。再次是对月饼等物品厚包装的法律规制有待进一步落实。去年上海杏花楼月饼被诉过度包装，法院判决过度包装成立，但不构成环境侵权，仅罚款3万元。

国家相关部门也深知以上弊端，今年6月7日，国家发展改革委等四部门发布公告，明确了对月饼市场的有关监管要求。公告明确从多方面着手，对月饼厚装进行强制性规范。接下来，能否真正把限制月饼等物品着厚装的规制执行到位，仍有待观察。

那么，如何规制月饼着厚装的问题呢？

首先，生产厂家可以首选环保材料，如可降解材料、纸质材料和可食用材料等。这些材料具有轻便的特点，有利于回收，减少环境污染。其次，监管部门要加强对厚装月饼的限制。为了做好过度包装管理工作，必须采取多种形式的包装管理工作。加强对重点行业、重点时段、重点区域的监督检查，监管部门应当形成监督、监控和检查三位一体的管制局面。一旦发现过度包装违法行为，就要对生产销售环节进行全链条检查，并且将生产部门依法纳入信用惩戒机制。最后，消费者要提高自身利益保护和环保意识，在选择月饼时要注重月饼的质量而不是华丽的包装。

月饼过度包装是我国各类物品过度包装的冰山一角，必须给予正视。尤其在环境保护越来越受重视的今天，我们更应该加强环境保护，避免资源浪费。节约资源，反对浪费是中华民族的优良传统。在月饼着装上，所有的生产厂家、监管部门、消费者都有责任为此作出努力。

（作者黄铁苗为广东省人民政府原参事）

大湾区企业数字化转型深调研

聚焦食品安全，农产品流通产业链高效运行

深圳最大“菜篮子”用“数”解难题

总策划：杜传贵 林海利 总统筹：胡泉 吴江 总执行：孙晶 王丹阳
文/羊城晚报记者 黄婷 王丹阳 孙晶 实习生 吕志豪
图/受访者提供

下午5时，深圳最大的“菜篮子”——海吉星基地的蔬菜交易区内大型货车川流不息，这里的档主是最了解深圳菜价的一群人，他们大多讲不出什么是AI和物联网，但却知道提前在手机上进行来货报备，在系统上自主送检蔬菜。

数据采集，算是农产品数据上链中最令人头痛的问题。深圳市大白菜科技有限公司总经理助理兼产品负责人张运波介绍：“档主们能享受到数字化带来的增值服务，就会自觉加入到数据的采集中来。在今天的蔬菜交易区，智能手机和背后的信息化、智能化系统，已然像档口柜台上的账本和计算器一样，彻底融入了这一传统的行当中。”

工作人员通过“数字菜篮子”微信小程序了解蔬菜采货情况

A 管理员人工巡查只靠一部手机

水果和蔬菜的价格变动，牵动着每一个老百姓的神经。1989年，为保障农产品供应、平抑物价，深圳决定建立一个大型农产品批发市场，搞活大流通，时称“深圳市农产品批发公司”的深农集团在深圳罗湖区布吉河畔应运而生。在农产品流通环节，深农集团开创了“企业办市场、市场企业化”的先河。市场开业第二年，深圳的蔬菜价格比前一年下降了17%，水果下降了14%。发展到今天，深农集团旗下的高端批发市场品牌深圳海吉星被称为深圳的“总菜篮子”，蔬菜供应量占全市的70%。

深圳海吉星拥有一支市场管理员队伍，管理员们如蜜蜂采蜜般穿梭于批发市场的档口之间，将农产品价格采集到一起，对农产品市场调控、市民消费趋势等形成有效监控。“90后”洪泽川已经当了5年的管理员，价格采集是他每天的重要工作，“生鲜类的产品都是时价，每天都会变动，今天下雨明天的价格就不一样了”。入行5年，洪泽川也观察到，一些原本需要纸笔登记的工作正在被智能手机所取代，例如，管理员可以通过智慧海吉星APP上报采集到的价格，品种均价会随着管理员的上报进行实时更新，光是水果品种就有50个。

除了价格采集，管理员们巡查疫情防控、消防安全、市场秩序和食品安全也更加高效快捷。“原来在纸上记录后还要拍照传给其他同事，由对方进行统计，现在直接提交照片就减少了这些中间环节，原本三分钟完成的工作，现在一分钟就能够完成。”洪泽川表示。

“运用数字化技术后，价格信息的采集比原来更有时效，我们能够实时快速地掌握整个市场农产品的批发价格和供应量，对大的波动情况作一些预警，协助政府部门来调节市场。”深圳海吉星信息部经理詹宁豪透露。

深圳平湖海吉星国际农产品物流园

农产品加“数”前行 为乡村振兴插上科技翅膀

从生产到消费，从农田到餐桌，从一日三餐的青菜猪肉到蔬菜水果，背后都有着“小小菜篮子，守护大民生”。

深化和升级“数字菜篮子”，除为行业打造领先的数字化应用平台，还能为乡村振兴插上科技翅膀，为农业数字化转型升级贡献湾区智慧。

在数字技术兴农方面，腾讯安全生态总经理张彤介绍，今年8月，腾讯安心平台将满一周岁。

去年8月，腾讯启动“安心农品计划”地标农产品品牌助力行动，计划未来3年内携手为100个县市践行数字兴农。目前，已助力10余个县市完成农业数字化转型。

在张彤看来，把农产品附加值提上去，卖得更远，解决运输、融资，让更多人了解优质农产品好在哪，原产地优势在哪，跟其他产品区别在哪……这些工作加在一起就能帮助农产品提升品牌溢价，实现增值。

在张彤的故乡青海大通，那里的马铃薯在腾讯安心平台支持下，建立了产地编码规则有规范、生产档案有记录、产品包装有标识的马铃薯区块链溯源信息管理平台，每一个马铃薯都有了一张“身份证”。通过这张独一无二的身份证，每个流通环节通过扫码之后就会赋予马铃薯更多信息，消费者扫码可以看到这颗马铃薯何时施肥、何时浇水，在哪里质检，在哪里包装。

除了用区块链技术完成防伪溯源，腾讯还在微信的视频号官方号直播中安排了50场直播，每次2小时，并加入小程序购物，通过三个月直播的轮播，让消费者能够直观看到土豆生产、包装过程，感受到优质农产品的好处，让农民直接获益。

据介绍，目前腾讯安心平台已经在农业、物流、医药、能源等行业投入实践，并在产品溯源、品牌建设方面发挥了重要作用，累计连接商品超150亿、扫码人次突破30亿、连接小店210万；降本增效价值凸显，总计为企业节省营销费用超过5亿元，节省管理费用超过10亿元。

（黄婷 王丹阳 孙晶 吕志豪）

B 疫情期间日均调拨蔬菜8000吨

今年3月，深圳疫情多点散发，3月13日晚全面升级疫情管控措施。疫情当前，市民“菜篮子”供应情况备受关注。作为深圳最大“菜篮子”的深圳海吉星，从3月12日起紧急向市场各主产区及加工配送主力商户发起号召，实时研判市场需求形势，多方组织货源，加大备货力度，畅通市场供应链条。

3月13日，深圳海吉星市场蔬菜来货总量合计5534吨，与前一天相比增加233吨，增幅4%；重点监测的20个蔬菜单品整体均价为5.2元/kg，基本持平，较前段时间(2月27日至3月5日)价格还相比下降20%。“在深圳这个地方，即使说某个区域的超市没货了，我们大概半个小时就可以把这个超市缺少的生鲜农产品补上。”詹宁豪介绍。

要拎稳百姓的“菜篮子”，离不开面向保供场景的数字化建设。深农集团和腾讯集团在现有数字化能力的基础上探索“数字菜篮子”建设。

“有了‘数字菜篮子’，政府和企业都能第一时间监控到整个批发市场的供应情况，包括供应价格和保供仓的库存情况。供应充足时可以通过媒体等宣传渠道让市民放心，避免了因恐慌性抢购引起的供需不平衡。”张运波提到，当供应量或价格出现较大波动时，他们会第一时间组织全国布局的农批市场、伙伴商户、深农农场(基地)来组织货源保障供应的稳定。

据统计，今年深圳疫情发生时，深农集团从全国各地市场调拨的蔬菜，日均最高能达到8000吨，承担了深圳市80%的生鲜农产品的供应。除此之外，深农集团和海吉星也与深圳市政府协调，为批发商提供补助和支持，鼓励批发商加大到深圳的来货力度。

在联保调控机制方面，深圳海吉星已联合长沙海吉星、惠州海吉星等邻近省市的市场，紧急时刻可随时调动支援深圳市场供应，保证各类农产品调得进、供得上、不脱销、不断档。

C 推动农产品全流通环节上链

“菜篮子”一头连着乡村振兴、一头连着城市保供。张运波深耕农业产业数字化转型已有7年，深感农产品全流通环节数据上链之难。据他介绍，农产品的产业链节点较多、供需网络较为分散、生鲜农产品非标化等因素，都增大了交易数据采集和上链的困难。

农产品批发市场的交易数据相对集中的节点。张运波表示：“农批市场的经销商，是对整个市场交易价格最敏感的群体，哪些农产品的需求情况不理想，也由它们去采取降价等调节措施，同时也能将价格和市场需求反馈给上游产地，指导农业生产。”因此，农产品链条中的批发市场正是稳价保供的重要切入点。

然而，农批市场的数字化也绝非易事。交易产品的非标化决定了传统的面对面的对手交易场景仍然很难改变，通过食品安全的强制管控手段，无法让商家心甘情愿地使用交易系统。

如何调动商家的积极性？深农集团和海吉星给出的答案是：将数据采集工作融入到市场的日常经营管理中；在管控食品安全的同时，以真正实惠的好处和更加公平的营商环境，来推动批发商使用交易系统，参与到数字化建设中来。在溯源数据的采集方面，海吉星已经推广使用了来货报备系统、进门过磅登记系统、食品安全自主送检系统、智慧海吉星食品安全巡检系统、智能化溯源交易系统等信息化的系统工具，大大提升了管理的效率。

如今，深农集团和海吉星的数字化探索早已不局限于农批市场这一环。随着企业全国性批发市场网络体系的扩张，其数字化布局也不断加快，从单点的信息化到多点的网络化，再到一张网的数字化。张运波透露：“目前深农集团正在加快布局全产业链的数字化，助推农产品全流通环节的上链。一是对于我们在各个流通节点上的业务，将能管控到的节点管控起来；二是提高农产品的标准化。”