

# 奋力打赢本轮强降雨防御硬仗

南方日报评论员

## 南方时论

面对严峻复杂的防汛形势,6月17日上午,省委书记黄坤明在省委应急指挥中心主任主持召开视频会议,指挥调度重点地区抢险救灾工作,并就进一步做好全省强降雨和洪涝灾害防御工作进行会商研判、部署落实。按照省委安排部署,省委副书记、省长王伟中赶赴梅州受灾一线,实地督导指挥防汛救灾应急处置工作。

汛情就是命令,防汛就是责任。本轮强降雨短促集中、累积雨量大,局部地区暴雨来势凶猛,雨情超过历史极值和前期预报,叠加上游集中降雨来水,致灾风险高、防御压力大。17日,省防总启动防汛Ⅲ级应急响应,省减灾委启动省Ⅳ级救灾应急响应,省突发地质灾害应急指挥部启动地质灾害Ⅲ级应急响应,各

项防御部署全面展开。全省各地各有关部门要坚决贯彻落实习近平总书记关于防汛救灾工作的重要论述精神,始终把人民群众生命安全放在第一位,发扬不怕疲劳、连续作战的精神,以“时时放心不下”的责任感,把防灾减灾救灾各项部署抓细抓实抓到位,奋力打赢本轮强降雨防御硬仗。

防汛救灾事关百姓安危,事关民生大计。对于梅州、韶关等遭受严重灾害损失的地区,要把搜救失联被困人员作为重中之重全力以赴抓好,聚焦重点区域开展拉网式排查,用好各类救援设施,加大救援资源投入,以最快速度抢通生命通道,调集充足医疗力量精心救治受伤群众,尽最大努力减少人员伤亡。要坚决果断彻底转移受灾区域和风险地区人员,对各类地质灾害隐患点、易涝点开展全面深入细致的排查,加强上门入户走访,一一核部落

实,确保应转尽转、应转早转,不落一户、不漏一人。在确保安全前提下,要加快抢修排险,争分夺秒恢复因灾损毁的道路交通、供水、供电和通讯,为抢险救灾高效顺畅进行提供有力保障,让灾区尽快恢复正常生产生活秩序。

安全度汛大于天。全省“一盘棋”,强化应急调度、协同联动,才能筑牢防灾减灾救灾的严密防线。受近日强降雨和上游来水影响,广东江河洪水持续上涨,西江、韩江已分别发生今年第1号、第4号洪水,洪水流量大,冲刷力强,对沿江堤防等工程设施带来较大威胁。要科学精细做好流域水库群防洪调度,密切监控干支流洪峰形成和发展变化,因时因势优化上下游联防联控,最大限度发挥拦洪削峰错峰效用,减轻下游防洪压力,确保全流域度汛行洪安全。与此同时,要强化抢险救援力量统筹,紧盯雨情汛

情灾情精准调整防御部署,对灾情严重、致灾风险高的重点地区,加大人员、设备、物资等前置前置力度,加强军地协同联动,上足巡查抢护专业力量,广泛动员各方面应急力量,汇聚起抢险救援工作的强大合力。

目前,广东仍处于“龙舟水”强降雨频密期,不容丝毫疏忽和懈怠。气象部门预计,17—18日,广东大部雨势减弱,但部分市县仍有中雷雨局部大雨或暴雨。同时,部分山区土壤含水量高度饱和,安全风险进一步增大,做好强降雨及其引发的次生灾害防御工作至关重要。要精准做好预报预警,滚动发布预警信息,有效引导群众做好防灾避险。要强化重点领域防御,严密防范洪涝造成山体滑坡等地质灾害,突出做好中小河流洪水、城乡内涝等防御工作,督促施工工地营地、涉山涉水旅游景区和危险化学品

品、矿山等企业严格落实防汛措施。

防汛救灾是一场不容有失的大考,必须压实压紧各级防汛责任。省三防办要加强调度指挥,水利、气象等部门要切实发挥职能作用,各地要强化值班值守,全面落实临灾叫应机制,主要负责同志要深入一线、靠前指挥,广大党员干部要闻汛而动、冲锋在前,共同筑牢防汛救灾坚固防线,以实际行动守护人民群众生命财产安全和社会大局安全稳定。

今年是新中国成立75周年,是实现“十四五”规划目标任务的关键一年,做好防汛救灾工作意义重大、责任重大。全省上下要深刻认识打赢本轮强降雨防御硬仗的重要性,强化底线思维、极限思维,以迅速有力的行动、扎实细致的措施做好防汛抗洪和抢险救灾工作,全力守护人民群众生命财产安全,最大限度减少灾害损失。

## 世界观

6月15日至16日,一场专门讨论乌克兰问题的“和平峰会”在瑞士举行。种种迹象显示,此次会议“雷声大雨点小”,对有效解决乌克兰危机作用有限。

乌克兰危机全面升级已进入第三年,战场形势仍然激烈胶着,伤亡数字持续上升,溢出效应不断凸显,严重影响地区国家乃至全世界的和平稳定和经济复苏。危机延宕升级,让各国对世界陷入分裂对抗充满担忧,也让各国人民对和平与安全的愿望比以往任何时候都更加迫切。国际社会普遍认为对话谈判是解决危机的唯一可行出路,所有劝和促谈的努力都应该被鼓励,一切有利于推动局势降温的行为都应该被支持。就乌克兰危机召开国际和会,是推动危机化解的重要行动,但前提是具备俄乌双方认可、各方平等参与、对所有和平方案进行公平讨论这三个重要的要素,否则就难以恢复和平发挥实质作用。也正是因为此次乌克兰和平峰会没有满足上述三个前提条件,包括中国在内的许多国家都没有参会。一定意义上说,这也是乌克兰和平峰会“收效甚微”的原因所在,结果可能从一开始就注定了。

从会议组织看,乌克兰和平峰会由乌克兰单方面主导,另一当事方俄罗斯缺席。2023年12月,乌克兰总统泽连斯基宣布乌克兰计划举行一次大型峰会讨论俄乌冲突问题。在泽连斯基的设想中,世界上主要国家的领导人都将与会,然后乌克兰就可以在峰会上向俄罗斯提出一系列要求。瑞士作为峰会的东道主,同时也是中立国,从一开始就希望俄罗斯方面参会。正如瑞士总统维奥拉·阿姆赫德所说,“必须参战双方进行面对面谈判,亦即俄罗斯也必须参加相关和谈”,才有可能达成最终和平协议。然而,俄罗斯拒绝了瑞士的提议,表示“我们的立场是众所周知的”。即使收到此类活动的邀请,俄方也不会接受”。随着俄罗斯的拒绝,峰会的准备工作就陷入了困境当中,也决定了乌克兰方面的“一厢情愿”。即便是支持乌克兰的西方国家领导人也为“没有俄罗斯的参与,不可能达成和平”。

从会议性质看,乌克兰和平峰会参与国家过半是西方国家,缺乏足够的国际性。根据一些西方媒体的报道,此次会议共向世界上160多个国家和国际组织发出了邀请,但具体出席的名单一改再改,最终90多个国家出席,西方国家占到一半。其中,西方七国集团(G7)领导人峰会结束以后,除了美国总统拜登,其余六国领导人直接转场去了瑞士。在与与会者名单中,除了五十余国是由领导人参会的以外,诸如沙特等国是派了外交大臣之类的官员参会,更有国家派出低级别外交官参会。这样的峰会没有充分的国际代表性,不少西方媒体对这样的结果流露出失望情绪,认为“峰会不太可能产生重大影响”。正如德国《青年世界》的文章分析,该会议一直被误导性地吹捧为“和平峰会”,但西方是为了在政治上将俄罗斯逼入绝境,而绝大多數非西方国家并没有一起跟进,同意去参加这场“政治秀”。

从会议效果看,乌克兰和平峰会虎头蛇尾、草草收场,议题从十项收窄为三项。2022年11月,乌克兰曾提出过一次“和平方案”,更有国家十点内容,既包含了核安全、粮食、能源安全等问题,也包括乌克兰要恢复1991年边界、要求俄罗斯进行战争赔款等。但这次峰会的议题缩减只有三项,弱化了“恢复领土”“惩戒“战犯”和“战争赔款”等内容,而仅仅将议题集中在确保核设施安全、粮食安全和人道主义救援这三项上,其中人道主义救援包括儿童返还、战俘交换。而且,拜登缺席会议,美国副总统哈里斯提前一天回国,德国总理朔尔茨、日本首相岸田文雄也纷纷缺席第二天的会议;包括巴西、印度、南非、阿联酋、沙特等国在内的13个国家没有在最后通过的联合声明上签字。这说明国际社会对乌克兰危机走向的争议与分歧其实非常多,即使在西方内部也有很多争议,所以会议实际成果有限。

就在峰会召开前,俄罗斯总统普京14日提出了俄方的停火谈判条件,即乌克兰军队从顿涅茨克、卢甘斯克、赫尔松和扎波罗热地区撤出,并放弃加入北约计划。显而易见,普京开出的和谈条件是目前乌克兰不可能答应的,和平的希望依然渺茫。

# 乌克兰和平峰会『雷声大雨点小』

丁戈 隆东

## 南方观察

今年的“618”电商大促,对消费者很友好。

友好在化繁为简——今年“618”最大的变化,是各大电商平台纷纷宣布取消延用了十多年的预售模式,直接开卖现货。在电商大促早期,许多商家不敢大规模提前生产、备货,导致商品现货量有限,先收定金、后收尾款的预售制能够提早锁定订单、帮助商家提前准备商品库存、减轻物流压力,同时给消费者提供更多优惠。如今,商品供应已充足且成熟,消费者的选择多了,愿意跑“马拉松”

的就少了,预售制等待时间长、消费风险高等弊端逐渐暴露,引来不少吐槽。取消预售制,是电商发展的必然。电商平台竞争白热化的当下,实现现货即购即得,也是优化消费者体验、争夺市场份额的必然。

友好在低价实惠——今年“618”,价格战再上台阶。有些平台“憋劲”比价,直接在购物页面醒目位置强调“比XX便宜”“全网低价不怕比”“买贵双倍赔”;有的推出了自动跟价系统,平台可以在商家设置的价格范围内自动改价,以保持百亿补贴,限时秒杀等资源位不掉线;还有的实行降价加权搜索推荐规则,相对高价的商品流量会受到限制……媒体发

布的《2023年618消费新趋势洞察报告》显示,影响用户“618”购物决策的因素中,排名第一的是“优惠力度,是否有百亿补贴”,其次为“价格是否近期最低”“玩法是否复杂”。可见,无论是低价策略,还是取消预售,都踩到了鼓点上。

买方市场条件下,讨好消费者成为平台的一致动作,对商家而言却不那么友好。取消预售制意味着不确定性,对商家供应链能力、运营策略、现金流提出了更高要求。成本相对可控且存在下探空间的商家才有实力走低价格路线,有的腰部商家“卖一单赔一单”,有的中小商家直接退出“618”大促。媒体调查发现,品牌商为不同平台供不同价格的货,本

是行业惯例,但在全体转向低价之后,电商渠道分层再度模糊,货品大小、用料等一应缩水,甚至还出现了假货和盗版,各平台日益呈现出“劣币驱逐良币”的竞争格局。这不禁让人反思“价低者得”的流量分配逻辑,思考低价是否真的能带来“薄利多销”、多方共赢的局面。

结合日常,各大电商平台平时也在推行低价,以“全网最低价”为核心竞争力的直播间随时随处可见,繁多的电商造节让人越来越麻木……促销日常化,让“618”、“双11”的存在感越来越低。在讨论取消预售、降价加权等“玩法”能对消费者起到多大作用之前,或许更应该琢磨,在各大平台恨不得365天都在强调“极致性价

比”的今天,还有多少消费者关注电商大促。或者说,“618”等电商大促的独特性在哪里,对消费者的核心吸引力在哪里。

一方面,一旦促销价格常态化,变成日常价格,折扣对提升销量的作用就会大打折扣,商家的利润却不一定上升,效率不提高,低价策略就不可持续。另一方面,商家困在低价中,长此以往会影响平台发展,也不利于提高供给质量,丰富消费者选择。认识到“天天都是618”,就看不到“卷低价”不该是“618”的唯一出路。这既是提醒平台,让利消费者也要兼顾商家利益,也表明远离价格单一维度竞争,还需要在产品异质性、用户体验、消费者心理等方面下更大功夫。

## 今古齐观

■田东江

# 伞

这几天,因龙舟水的缘故,广州时时飘雨,虽然间或来一阵,也并不是很大,但外出往往也需带伞,就像《史记·仲尼弟子列传》所载:“昔夫子当行,使弟子持雨具,已而果雨。”

伞,本字作“繖”。《说文解字》云:“繖,盖也。”即有盖器具。虽然湖北云梦睡虎地出土秦简已有“伞”字,但是汉以前,言及笠、盖或簦,大抵都是言伞。《史记·五帝本纪》载,舜的父亲瞽瞍续弦,生了个儿子叫象,“瞽瞍爱后妻子”,看不上舜了,加上后妈使坏,两个人合谋把舜给杀掉。终于有一次机会来了,瞽瞍“使舜上涂廩”,让他登高修补粮仓,自己则“从下纵火焚廩”。不料舜“以两笠自扞而下,去,得不死。”司马贞云,这是说舜“以笠自扞己身,有似鸟张翅而轻下,得不损伤”。这样来看,舜是将伞当成降落伞使用的先驱了,懂得利用空气阻力的原理。不过,那个外国小哥在雨伞下绑个西瓜从七八层高的楼房放下去,西瓜也摔得粉碎。

五帝的事有些悬乎,现实中如何? 再看《史记》。其《虞卿列传》载:“虞卿者,游说之士也。蹇躄膝髌说赵孝成王。”徐广曰:“蹇,草履也。簦,长柄笠,音登。笠有柄者谓之簦。”这就跟在雨的伞也没什么两样了。《淮南子·纪论训》云:“苏秦,丈夫徒步之人也,粗蹠蹠盖,经营万乘之主。”粗蹠蹠盖,前两个字说的也是鞋,盖,高诱注曰:“步盖也”,正是伞。同样以游说而闻名苏秦,装扮和虞卿差不多,也许就是那个时候他们这“行当”的标配。西汉《急就篇》卷三有“竹器:簦、笠、箠、簠”一语,颜师古注曰:“竹器,总言织竹为器也。簦笠皆所以御雨也,大而有把,手执以行,谓之簦。小而无把,首戴以行,谓之笠。”这就把斗笠和雨伞区别得更加清楚了。

当年,夫子弟子所持的雨具又是什么呢? 伞。《孔子家语·七十二弟子解》说得清楚:“孔子将近行,命从者皆持盖,已而果雨。”《致思》里更具体一些:“孔子将行,雨而无盖。门人曰:‘商也有之。’孔子曰:‘商之为人也,甚吝于财。吾闻与人交,推其长者,违其短者,故能久也。’”商,即子夏。孔子没伞,子夏有,但孔子认为子夏比较吝啬,向他借的话等于难为他,不借,别人会说他不尊师;借,他又会心疼。从子夏的角度考虑,孔子说这是别借算了。

伞除了挡雨,还有遮阳的功能,这在今天也是同样。《默记》云,王安石辞相后住在南京蒋山,李茂直去见他,两人路上遇到,路边就聊开了。“语甚久,日转西矣,茂直令张伞,而日光正漏在荆公身上”,没挡住阳光,李茂直“语左

右,令移伞就相公”。王安石一语双关:“不须。若使后世做牛,须着他与日里耕田。”

从前还有一种伞盖,形制与伞差不多,或者伞正是由之演变而来。长柄圆顶、伞面外缘垂有流苏,有“青铜之冠”美誉的秦始皇陵出土的铜车马,可窥伞盖其详。伞盖虽然也有挡雨遮阳的功能,却是一种仪仗物。还有,皇帝出行时的“伞扇前导”也是,到地方了,还要“持伞扇侍卫”。专门执伞的人,就叫伞子。辽道宗时,重元之乱平,立功的加官进爵,有名有姓的之外,“诸护卫及士卒,庖夫、弩手、伞子等三百余人,各授官有差”。《金史·仪卫上》载,朝参日,天子仪卫之“弩手、伞子直于殿门外,分两面排立。司辰报时毕,皇帝御殿坐,鸣鞭,阖门报班齐。执伞仪物内侍分降殿阶,南向立。点检司起居,弩手、伞子于殿门外北面山呼声诺,訖,即于殿门外东西相向排立”。伞子的职能一清二楚。《魏书·裴良传》载,北魏孝明帝时冯宜都、贺说回成暴动,“以妖妄惑众,假称帝号,服素衣,持白伞白幡,率诸逆众,于云台都抗拒王师”。暴乱者更书所云之“山胡”,对皇帝仪仗也是清静楚楚。

对大臣而言,伞盖则以不同颜色标识官品高下。如《隋书·礼仪志五》载:“王、庶姓王、仪同三司已上、亲公主,雉尾扇,紫伞。皇宗及三品已上官,青伞朱里。其青伞碧里,达于士人,不禁。”《解组编》“青凉伞”条云,刘子仪时盼望升官,未遂则“称疾不出”。有人来探望他问什么病,他说“虚热上攻”。石文定戏曰:“只消一服清凉散即愈矣。”因为“官任两府者,方得凉伞”,石文定这是借谐音来揶揄刘子仪了。

挡雨遮阳的伞,在官场中也每每变味。《晋书·王雅传》载:“王珣儿婚,宾客车骑甚众,会闻雅推少傅,回诣婚者过半。”为什么来宾一多半又纷纷掉头转回去王雅那里了呢? 因为少傅这位置始而大家公认是王珣的,“珣亦颇以自许”,不料形势变了。因此,史书对“众遂赴雅焉”写了这么一句:“时风俗颇弊,无复廉耻。”等到王雅来拜会王珣,“遇雨,请以辷入。王珣不许之,因冒雨而拜”。王珣算出了口恶气。

冯梦龙《警世通言》中有《白娘子永镇雷峰塔》,乃《白蛇传》故事源头之一,许仙尚叫许宣。许宣要去“保叔塔烧香子”,不料将侄兄弟的生药铺借伞。铺子里的老陈告诉他:“这伞是清湖八字桥老实舒家做的。八十四骨,紫竹柄的好伞。”没走几步,许宣又借给了刚才一同搭桥的白娘子。因为借伞还伞,二人又结为夫妇。这该是关于雨伞的最浪漫的故事吧。

# 不可偏信“高考志愿规划师”

钟 颐

日前,某网红机构3小时“收割”2亿元的消息冲上热搜,带火了“高考志愿规划师”这一职业。但记者调查发现,目前高考志愿填报服务市场机构冗杂、标准不一,从业人员鱼龙混杂,虚假宣传、服务质量差等投诉频频。

“韭菜”之所以好割,离不开“信息差”的土壤。填报志愿,恰恰是充满了不确定性的“人生大事”。这是一项技术活,不仅要对各种政策规则了然于胸,而且得综合考虑城市、院校、专业、就业等诸多因素。一些家长受限于认知水平,不善于收集和分析信息,加之部分官方渠道个性化程度不足,一些机构不断渲染焦虑情绪,“高考志愿规划师”有了市场空间。

事实上,有关部门并未发放过“高考志愿规划师”这类职业资格证书,有培训机构声称“21天就能拿证”,其中的含金量可想而知;几乎所有机构都宣称“百分之百保上”,然而有些“持证”规划师,甚至连“施工大”和“哈工程”都傻傻分不清;明明说好是“一对一服务”,结果变成“技术不够,AI来凑”……名为“规划师”,却未必“师出有名”。

教育部曾提醒,有的机构表面上承诺“一分不浪费”,但暗地里为了提高所谓的成功率,竟然鼓动考生填报较低分数即可录取的高校或专业,损害考生正当权益。和伪心理咨询的“信则灵”效应类似的,是如若不是直接遭遇退档、“落榜”,“高考志愿规划师”的规划似乎没那么容易证伪,个别所谓“成功案例”被夸大,进一步提升了迷惑性。至于

# 性格测试应是内视而非歧视

默 达

“3轮面试都过了,最后卡在了性格测试。”“刚做完测试,被通知与意向岗位要求不符。”近日,不少求职者在网络上抱怨,意向企业在招聘中除设置笔试、面试外,还要做性格测试,不少人因测试结果不合格而被“一票否决”,错失心仪岗位。

性格测试真能做到精准匹配人才模型、筛选求职者吗? 以MBTI、卡特尔16PF、九型人格为代表的各类性格测试最近在社交媒体上很火,被许多人看作是一次“自我窥视”的体验,有助于充分了解自己的内心世界,为当下以及未来的人生道路做好规划。有部分机构做起了相关生意,为企业和个人制作有针对性的量表,提供专业的测试和解析服务。

不可否认,性格测试通过创设情境的手段,实现了抽象概念的量化和操作化,“内向外向”“理性感性”“实感



“点笔成金”

高考志愿填报服务行业亟待规范

杨佳 作

内部数据”“特殊渠道”等话术,认真你就输了。对此,需要规范行业发展,加强准入管理,严厉打击虚假宣传、欺诈行为。

既要堵偏门,也要开正门。日前,教育部指导各地各校深入实施“2024高考护航行动”,为考生提供免费优质的志愿填报公共服务。相关部门和学校不妨联动起来,在提供建议、政策解读、招生信息发布等方面,多做“解渴”之事。长远来看,家长和学生平时也要多做功课,早日明确自身定位和发展倾向,避免压力都留给“临门一脚”。

直觉”等评判维度确实有其现实意义,也有一定参考价值。然而,测试终究是测试,仅能反映回答者的短期心理状态,长远来看,人的性格可能因信息获取、工作环境、人生经历等情况有所转变。想靠一份问卷就摸清一个人的性格特点,甚至用以筛选求职者,着实不够客观合理。

说到底,“考后焦虑”是人之常情,但执念于“绝对精确”大可不必。志愿填报虽可参考他人意见,“认识你自己”的人生命题却不可依赖“外脑”。毕竟,选择的过程,往往也意味着权衡和取舍,一味坚持“分尽其用”“压线入国”,并不利于“人尽其才”“双向适配”。退一步讲,有些时候,“阴差阳错”未尝不是一种“意外收获”,何须过分紧张“一着不慎,步步皆输”? 回想起当年填志愿的焦灼,后来专业和职业间的峰回路转,笔者对此深以为然。

性格测试不能成为职场歧视的“新马甲”,人才选拔也不该是“讨老板喜欢”。劳动法和就业促进法规定,用人单位不得设置与岗位无关的条条框框限制求职者平等就业,公司必须证明性格测试是基于合理的工作需求方可开展。退一步讲,即便将其作为考核的一环,也应慎重考虑,确保公平公正,而非“一票否决”。

深入思考,各类职场歧视一定程度上与用人单位和求职者地位平等有关。有些岗位需要热情交流、做好推广;有些岗位需要“板凳坐冷”、苦心孤诣。挖掘并提供更多差异化的岗位,完善岗位之间的流动机制,给予求职者更多选择权、话语权,方能最大限度符合用人单位需求与求职者个性之间的矛盾,守护好求职者的热情和积极性。