

违规野外探险,就该收费救援

潘铎印

因穿越秦岭禁地“鳌太线”,失联10天的18岁驴友日前被找到,身体有部分受伤,无生命危险。此次救援,家属共支付了8万多元费用。救援队工作人员表示,不到一个月,已经第二次在“鳌太线”开展救援,上次还动用了直升机,“收费不是目的,而是为了震慑那些企图单人穿越者。”

“鳌太线”是纵贯秦岭两个主峰鳌山与太白山拔仙台之间的一条线路,实际距离超过170公里,属于尚未开发的区域。2018年,陕西眉县、太白县就联合发布公告,全面禁止“鳌太穿越”活动,但任性探险、违法穿越者仍不在少数。

不走寻常路,探寻人迹罕至之地,吸引了众多追随者,也因此发生不少悲剧事件。2023年7月,4人未经批准穿越若羌境内国家级野骆驼自然保护区,私闯罗布泊无人区,最终不幸遇难;2024年6月,两名驴友在浙江台州石人峡横渡野外溪流,落

水遇难;同年10月,两名被困秦岭冰晶顶的徒步者因失温不幸遇难。《2024年度中国户外探险事故报告》显示,去年我国境内共发生户外探险事故335起,造成84人死亡、92人受伤、11人失踪。一起起违法探险、违规穿越事故,一个个鲜活生命逝去,背后都写满侥幸与麻痹。

从救援角度看,一旦探险者遇险,有关部门需动用大量人力物力开展救援,造成公共资源的极大浪费。就此而言,收费救援是违规者应付出的代价,更是一种警醒。实践中,救援成本往往由政府部门、景区和民间救援力量共同承担。以民间公益救援组织为例,一场救援下来,包括救援装备、车辆油耗维修、队员保险等成本在内,是一笔不小的开支。去年10月,江西5名任性“驴友”违规进入未开发区域探险被困,应急、消防、公安、蓝天救援等政府和社会力量投入上百人,历经18小时艰难搜救才将其救出。此前,还有救援队员因营救遇险者而遇难的悲剧发

生。诚如网友所言,真可谓“一人任性,众人遭殃”。

探险活动方兴未艾,但不能任由其野蛮生长。有关方面应尽快完善有关法律法规,明确组织者的资质要求和法律责任与义务,明确户外探险行为的违法性质和情节严重的认定标准,对违法或因管理不当引发事故的情形进行追责、处罚,给任性的探险游客套上法治“紧箍”,为生命安全保驾护航。此外,加大执法力度,严惩违法违规行

为,用刚性的法律约束驴友任性行为,遏制住违法开展未开发区域探险的冲动,对屡教不改、造成严重后果的,纳入旅游不文明行为黑名单,发挥法律的惩戒警示作用。

探险绝不能拿生命当儿戏。探险旅游的专业性很强,广大游客要保持审慎和理性,切勿轻易参与各类探险活动,更不能无视相关法律规定,任性踏足“野景点”、走未开发路线。珍爱生命,敬畏自然,这是一堂永不完结的必修课。



加强政策扶持

记者从人力资源社会保障部获悉,人力资源社会保障部、教育部等七部门近日印发《关于健全创业支持体系提升创业质量的意见》,提出面向高校毕业生、农民工、退役军人、就业困难人员等重点群体,分型分类提供创业支持保障,促进创业带动就业。

新华社 徐骏

驳回恶意抢注 清朗创新环境

李霞

商标抢注的歪风,也刮到DeepSeek身上。近日,国家知识产权局发布通报称,个别企业和自然人以“DeepSeek”或其Logo图形提交商标注册申请,个别代理机构涉嫌提供不法服务,具有明显蹭热点、谋取不当利益的意图,已依法对63件商标注册申请予以驳回。

翻看申请DeepSeek商标的企业,有合成生物公司,有贸易和电器公司,与人工智能领域半点挨不上。之所以抢注,无非是看上了DeepSeek的流量。深圳一家合成生物科技有限公司,一下子提交了54个相关商标申请,既蹭热度,也“赌概率”,吃相实在难看。

任何一家企业,都可以借DeepSeek的神通提升工作效能。但科技创新的亮点,不该成为公司争相“蹭吃”的甜点;普通网民的福利,不该成为投机取巧者眼中的暴利。恶意申请DeepSeek商标,显

然是薅错了羊毛。商标法明确规定,申请商标注册不得损害他人现有的在先权利,也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。“李鬼”冒充“李逵”,既侵犯DeepSeek的名声与利益,也逾越商业道德底线,扰乱商标注册秩序。63件商标注册申请被驳回,是对科创公司的有力保护,是对创新精神的深度呵护,彰显了打击恶意抢注商标行为的决心。

让人痛心的是,恶意申请、抢注商标的行为屡禁不止。近年来,有的企业“傍名人”,全红婵等体育明星姓名都被抢注商标;有的企业搭便车,注册与知名品牌相似、相近的商标;有的蹭热点,文创产品、网络流行语,挨个注册一遍。种种“碰瓷”行为防不胜防,甚至逼得“正主”绞尽脑汁山寨自己、抢注商标。

恶意抢注商标,是典型的“无利不起早”。在这些企业眼里,抢注别人的商标就是抢出自己的商机。全国检察机关开

展的依法惩治知识产权恶意诉讼专项监督中发现,有的不法分子不择手段抢注商标、囤积商标,甚至直接抢注他人具有一定知名度和影响力的企业字号或特定商标,再以此为依据恶意起诉“维权”。一些机构应需而生,或囤积商标待价而沽,或伺机狠敲竹杠。DeepSeek商标如果被抢注成功,研发团队难免就要面对讨回商标的窘境。

保护知识产权,就是保护公民权益,就是为创新营造良好的市场环境。部分商标能够抢注成功,表明知识产权保护还有盲点。既需要加强对新兴产业等重点领域知识产权的司法保护,改进商标注册流程,也需要加大对恶意抢注者的打击力度。监管部门要把好准入关、及时驳回不当申请,更要依法追究恶意抢注者的责任,彻底刹住恶意抢注的歪风。

DeepSeek商标不是谁抢归谁。监管保驾护航,企业才能专心致志地“深度求索”。

李红红

除了品尝特色美食,还能看演出、做保健,感受非遗技艺;随车配备医疗救护员和健康顾问;下了火车,吃喝住行由地接贴心服务,每个站点都有充足游览时间……一段时间以来,银发旅游列车火了,吸引很多老年消费者深度体验,还迎来不少回头客。

不久前,商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,从服务供给扩容、适老化设施升级、服务品质提升、发展环境优化等维度提出12条具体举措,精准回应老龄化社会需求,以“铁轨上的温度”拓展老年群体幸福生活图景。

银发旅游列车“提质扩容”,是顺应银发消费升级趋势的必要举措。截至2024年底,我国60岁及以上人口已达3.1亿,占全国人口的22%,老年文旅消费需求持续增长。数据显示,2024年共组织开行旅游列车1860列,其中老年游客占比接近80%,然而只有少数列车具备系统的适老化设施。提供品质型、舒适型、普惠型的多元产品,增加开行数量,提升服务标准,形成一批主题旅游列车品牌,可谓直击痛点。从这个角度看,增开“银发号”,有助于保障老年群体出行权益,更好满足他们的美好生活需要,是多赢之举。

银发旅游列车,开行的是列车,开发的是区域旅游产业,开拓的是服务消费空间。比如,景区可否为搭乘旅游列车而来的老年游客设置绿色通道,开发适老的智能导览系统,设计适合老年游客体验的游览康养一体化项目?可否针对老年游客团打造专业的导游团队,提供从列车到景区、覆盖食住行游娱医的无缝衔接服务?有效提升服务链,才能有力拉长消费链,让银发旅游从简单的走马观花升级为深度的文化体验。

增开银发旅游列车,外溢效应是巨大的。从经济效益看,鼓励多元化资本参与投资,将银发旅游列车适老化、绿色化、舒适化改造纳入“两新”政策支持范围,有助于激发经营主体活力,形成可持续的商业模式,为银发旅游市场注入新活力。从社会效益看,更多适老化服务产品的推出,也能将人文关怀传递到列车之外。小小车厢的“温度”和匠心,将促进全社会对老年群体的“大关怀”。

老有所游,老有所乐。政策支持、市场驱动,激活了老年文旅市场的“一池春水”。在各方携手努力下,老龄化社会蕴含的“长寿红利”,必将与高质量发展同频共振。铁轨延伸之处,有山河美景,更有诗与远方。让我们与时偕行,推动银发旅游列车服务高质量发展,为老年群体的生活增添更多色彩与活力。

增开『银发号』是多赢之举