

保姆投镇静药伤害婴儿 依法严惩与行业清源缺一不可

法治时评

特约评论员 胡建兵

近日,永康徐女士9个月大的宝宝在育儿嫂照护期间出现异常昏睡症状,经检测,婴儿体内检出唑吡坦成分。唑吡坦属于短效镇静催眠类药物,临床上用于严重失眠的短期治疗,被明确列入第二类精神药品实施严格管控。目前,涉事育儿嫂已被警方带走调查,徐女士明确表示宝宝仅服用过阿莫西林,从未接触此类管控药品,涉事家政公司亦表态将配合调查工作。

家政服务行业服务对象多为老人、婴幼儿等特殊群体,从业者需具备高度的责任心与良好的道德素养,存在吸毒、赌博、盗窃等违法劣迹及品行不端者,理应被排

除在行业准入门槛之外。然而近年来,“毒保姆”“黑保姆”侵害服务对象权益的事件频发,部分不良从业者为了博取雇主信任,竟在婴幼儿饮用水或食物中违规添加镇静类药物。此类行为短期内可使婴幼儿保持安静、减少哭闹,以此营造“照护得当”的假象,加之月嫂服务周期多与产妇月子周期重合,服务结束后便与雇主脱离关联,其埋下的健康隐患往往难以被及时发现,久而久之竟演变成行业内的阴暗“潜规则”。

从医学角度而言,婴幼儿神经系统与身体器官尚未发育成熟,长期摄入添加镇静药物的饮品,危害极大。儿科专家指出,镇静类药物会直接抑制婴幼儿神经系统功能,长期服用将对其神经发育和身体健康造成不可逆的严重损害。无独有偶,山西太原也曾发生类似案件,李先生通过某平台聘请月嫂后,原本夜间频繁惊醒的婴儿突然变得异常安静,期间还出现便血症状,后经李先生

在厨房隐蔽处发现月嫂藏匿的多种安眠类药物,才揭开了婴儿“安分”背后的真相。

尊老爱幼是中华民族传统美德,更是公民应当恪守的法律义务与道德准则。家政服务人员基于雇佣关系对老人、婴幼儿负有看护照料的职责,本应恪守职业道德,履行善良管理人的注意义务。本案中涉事育儿嫂在未取得医生诊断及处方的前提下,擅自向婴儿投喂管控精神药品,其行为不仅严重违背职业道德,更对婴儿的身心健康造成实质性侵害。依据《中华人民共和国刑法》相关规定,其行为已涉嫌虐待被看护人罪,理应依法予以惩处,以此起到惩戒震慑作用。

此类恶性事件的屡屡发生,暴露出家政服务行业监管体系存在明显漏洞。一方面,部分家政中介机构片面追逐经济利益,未严格履行对从业人员的背景审查义务,对家政人员的身份信息、从业履历、品行状

况等关键信息疏于核验;另一方面,相关监管部门对家政服务行业的监管制度尚不健全,未能形成常态化、规范化的监管机制,这是导致家政市场乱象丛生的重要原因。

整治家政服务市场乱象,需坚持“严打”与“清源”并举。在依法严惩涉事家政人员的同时,必须强化对家政中介机构的监管力度,建立健全信用惩戒机制。要明确“黑保姆”“毒保姆”的认定标准,将存在犯罪记录、违法劣迹、履历证件造假、群众反映品行恶劣等情形的从业者,纳入行业“黑名单”。在此基础上,应搭建全国统一的家政服务人员信用信息查询平台,实现信息共享互通,明确要求家政企业不得聘用“黑名单”人员,从源头切断不良从业者的从业路径。唯有通过法律严惩、行业自律、监管发力的多维度治理,才能肃清家政市场的行业毒瘤,切实保障雇主及服务对象的合法权益。

以旧换新促消费



记者近日从商务部获悉,2025年,以旧换新相关商品销售额超2.6万亿元,惠及超3.6亿人次。

新华社 朱慧卿 作

理性看待“避雷帖”风波

姜天骄

近日,云南丽江古城旅拍行业协会公开“喊话”社交媒体平台一事,引发舆论波澜。事件中,行业协会指称某平台存在不实“避雷帖”,造成商家重大损失。不过,这次舆论并未简单站队“维权”商家,反而涌现出众多体谅平台、支持消费者的声音。有网友直言:将经营困境归咎于几则网帖,能解决问题吗?

旅拍行业究竟冤不冤?梳理一些“避雷帖”可以发现,网友的“槽点”大致可以分为两类:一类是“开盲盒”式服务体验。无论是“三五万元即可开店”的低门槛,还是摄影师临时拼凑、人员高度流动的运营模式,都会导致旅拍行业服务质量极不稳定。这种结构性缺陷,是消费者不安全感的最大来源。另一类是“低价引流、高价消费”套路。部分投诉源于“低价策略吸引客户”,但后续服务质量不匹配或存在未明示的额外收费。这种营销策略严重透支了长期信誉,一旦消费者体验不及预期,激烈的负

面反馈在所难免。

传统旅游维权往往面临“成本高、流程长、反馈慢”的问题。当正规渠道不能给予消费者及时、有效的反馈时,拥有巨大公共舆论场的社交媒体,便成为他们发声、互助乃至寻求议价能力的重要平台。从这个角度看,“避雷帖”也许“误伤”了部分企业,但也从一定程度上反映了行业存在的普遍问题。与其急于消除负面声音,不如将这些“避雷帖”当作一次免费的市场调研。将每条差评转化为提升竞争力的宝贵资源,这才是聪明企业的经营之道。

那么,平台在此次事件中是否全然无辜?有网友尖锐发问:若“避雷帖”需治理,过度美化的“种草帖”是否也应规范?此前“粉红沙滩”等案例中,滤镜下的宣传与实地落差,曾引发公众对网络内容真实性的集体反思。无论是修饰过度的“种草帖”,还是蓄意编造的“避雷帖”,都会损害市场信任根基。社交媒体作为影响亿万消费决策的关键节点,其信息真实性、生态清朗度,直接关系到消费信

心与市场活力。这也提醒平台,流量与关注是一份沉甸甸的社会责任,平台企业绝不能止步于信息“中转站”,必须成为负责任的“把关人”和“净化器”。如何将流量势能转化为推动消费升级、助力地方发展的建设性力量,是平台必须作答的课题。

此事虽起于行业纠纷,却揭示出互联网时代旅游业面临的全新挑战。旅游消费高度依赖体验与口碑,如今游客不仅“用脚投票”,更在指尖分享中影响市场。互联网的“放大镜”与“加速器”效应,既能成就“泼天富贵”,也能带来“翻车危机”。对旅游企业来说,只有刀刃向内、提升服务,筑牢诚信根基,方能经得起考验。

健康网络生态与繁荣消费市场彼此成就。行业与平台不妨以此次事件为镜,将其视作共促提升的契机。商家以优质服务赢回信任,平台以严谨治理净化空间,二者相向而行,方能共同营造一个“敢消费、愿消费、放心消费”的旅游市场,让大流量真正助力消费繁荣与高质量发展。

“小家”与“大家”

鲍佳

天南海北的游客没断过,快递点堆满发往全国的包裹……新年伊始,广东梅州南福村的村民,正甜蜜地忙碌着。曾经土路难行,而今公路通达,数字技术、无人机也找到更多应用场景。“过去,是发愁金柚运不出、卖不掉;现在,只愁不够运、不够卖!”这一转变,正是“大家”托举“小家”、“小家”成就“大家”的生动写照。

在二〇二六年新年贺词中,习近平主席指出:“柴米油盐、三餐四季,每个‘小家’热气腾腾,中国这个‘大家’就蒸蒸日上。”深情真挚的话语,道出了亿万人民的心声,成为广大党员、干部奋斗的指引。

这是谋事之法,“把人民群众的小事当作自己的大事”。在辽宁葫芦岛祝家沟村,对受灾群众说“你们的希望也就是我们的希望”;在辽宁沈阳长安小区,告诉大家“家家户户幸福生活、老老少少开心快乐,就是人间美景”;在梅州南福村,对乡亲们说“很关心这些还需要走得再快一点的地方”……过去一年,习近平总书记步履不停,关心“小家”的点点滴滴,酝酿“大家”的宏图大计。

从“十五五”规划建议,到中央经济工作会议部署今年经济工作的八项重点任务,老百姓最关心的领域都有着墨。答好民生“幸福卷”,我们的信心就在于“大家”与“小家”互融、党心与民心相通。

这是成事之道,“致广大而尽精微”。

“小家”烟火气,得益于“大家”实力提升与政策落实落地。

新就业群体权益有了进一步保障、适老化改造给老年人带来方便、育儿家庭每月多了300元补贴,综合国力的增长推动民生福祉更有保障;人工智能大模型你追我赶、人形机器人亮出“功夫模式”、无人机演绎绚丽“烟花”,新质生产力赋能生活多姿多彩;文博热非遗热不断升温、文旅市场人气火爆、“城超”“村超”热闹非凡,文化创新创造提升百姓精神享受。

实践告诉我们,谋划“大家”时统揽大局,通过调查研究把情况摸清、把问题找准、把对策提实;造福“小家”时操作精当,以绣花功夫把工作做扎实、做到位。

这是共产党人的幸福所在,“世界上最大的幸福莫过于为人民幸福而奋斗”。

一位“洋网红”对中国共产党了解不多,以为党员都是政府官员,当他在上海碰到一位出租车司机党员时,就更好奇“入党有什么好处”。答:“入党没有什么好处,都是奉献。硬要说好处,就是父母会为我自豪。”

若以“好处”视角看,就很难理解王继才坚守孤岛30余年的抉择、李保国太行山扶贫三十五载的决心……

“老百姓的幸福感就是我的成就感”“成就百姓小幸福就是我的小美满”“幸福感和获得感是群众给我的”……从这些党员心语中,就能感悟到他们的幸福是忘我的、奋斗的,是来自人民群众的。洋溢在“小家”里的笑脸有多灿烂,决定着党员干部的幸福程度有多高。

蓝图已经绘就,奋进正当其时。