



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

社委会
方智平 江 单 李 青
黄春宏

编委会
江 单 李 青 张邦毛
董 哲 梅任重

专家委员会
李增勇 张华勇 龚德贤
黄 浩 朱文强

顾问 | 方智平
名誉社长 | 李克炎
社长、总编辑 | 江 单
常务副总编辑 | 李 青
副社长 | 钱正云 张存猛
副总编辑 | 周应文 董哲

采访中心
主任 | 董 哲 (兼)
编辑中心
主任 | 罗 阳
评论新闻中心
主任 | 张 颖
经济新闻中心
主任 | 黄道华
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安
群众工作中心 (内参部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄 浩 (兼)
融媒体中心
主任 | 金 松
新闻影像中心
主任 | 罗明荣
经营中心
副总监 | 严明川
品牌战略中心
主任 | 骆 闻
先锋文化出版中心
总编辑 | 唐吉民
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心 / 《思想者》编辑部
主任 | 艾华林
思想者电台
主编 | 郭园

驻境外记者
驻澳门记者 | 王 强
驻台北记者 | 黄昭蓉
驻东京记者 | 向建国
驻新加坡记者 | 毛周
驻新德里记者 | 黄朝
驻阿拉木图记者 | 周璐
驻耶路撒冷记者 | 贺友
驻加州记者 | 黄 浩
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可夫
驻奥斯陆记者 | 向建军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹志强
驻堪培拉记者 | 欧阳子

求助反遭发难：基层的体面，别再踩碎农民的活路

今年河南瓜农的难处，看着就让人心堵。

大片大片熟透的西瓜，挂在藤上、堆在路边，没人收。行情烂到离谱，一斤一毛钱甚至几分钱，说难听点，连人工采摘的钱都挣不回来。

种地的人，最怕的从来不是吃苦，是吃苦没结果。

春天下种、夏天抗旱，顶着大太阳守在地里，熬了大半年。最后丰收了，不仅赚不到钱，反倒死死被套牢。西瓜放久了会烂，放一天，亏一天。

老实巴交的农民，能有什么办法？走投无路了，才鼓起劲找媒体、找渠道求助。没有闹事，没有夸大，更没有所谓的抹黑。只是老老实实说一句：“西瓜卖不出去，快烂完了，能不能帮一把。”

就这么一句绝地求生的话。结果呢？销路没人管，困境没人理。反倒是村干部第一时间找上门。不谈助农、不谈止损、不谈怎么帮老

百姓卖瓜。只谈一件事：赶紧删掉，不许发声，别给当地添负面舆情。

笔者真的看不懂，也憋不住想说句实话。现在有些基层的工作逻辑，早就完全颠倒了。

老百姓的日子难，那都是看不见的小事。一旦有人把难处说出去，影响了脸面，影响了考核和升迁，就是天大的问题。

农产品滞销，年年都有。天灾也好、市场波动也罢，老百姓都能理解。大家从来没要求干部必须变出销路、兜底全包。

大家要的，不过是一句安抚、一点帮扶、一个搭桥的动作。你能力有限，卖不完，没人怪你。渠道不够，救不了全村，没人挑理。可你不干事、不帮忙、不解决问题，转头第一时间跑来打压求助的老百姓。

这就太离谱，也太寒心了。

很多人总说基层辛苦。我不否认，基层有琐碎工作，有各种无奈。

但辛苦，绝对不是捂盖子、压百姓、保面子的辛苦。

真正的基层工作，是蹲地头、看实情、跑销路、解难题。不是坐在办公室看舆情数据，一出事先堵嘴，先维稳，先保住自己的考核分数。

这件事最恶心的点，根本不是西瓜滞销。这是套极致自私的做事逻辑：问题可以存在，但是不能被人说出来。

瓜可以烂在地里，农民可以亏钱，可以白干半年。但是，绝对不能有负面声音，绝对不能让外人知道这里有问题。

说直白点，就是只要我面子过得去，你活不活得下去，无所谓。

这种心态，比滞销的行情更可怕。

农民是社会里最能忍、最听话、最懂事的一群人。但凡有一点出路，谁愿意抛头露面求助？谁愿意被人说三道四？都是实在撑不住了，家底要亏空了，才不得已开口。

结果最朴素的求生欲，被当成了“添麻烦”。最真实的民生困境，被当成了“负面舆情”。解决问题的本事没有，解决提出问题的人倒是轻车熟路。

长久下去，后果真的很吓人。

一次求助被打压，次次沉默不敢言。以后再遇到滞销、再遇到灾情、再遇到民生难题。老百姓就会记住：别说，别问，别求助，说了没人帮，还会惹麻烦。

表面上看，辖区风平浪静、零舆情、零差评。实际上，是民心一点点凉透，信任一点点耗空。

什么叫本末倒置？这就是最典型、最鲜活的例子。所谓的政府形象、基层口碑，从来不是靠瞒和骗、堵和压换来的。

真正的脸面，是老百姓日子好过、难处有人管、吃亏有人兜底。农民丰收能挣钱，滞销有人帮忙，这才是最体面的政绩。

反过来，满地西瓜

腐烂，农户血本无归，还要被逼着闭嘴禁声。再光鲜的报表，再干净的舆情数据，又有什么意义？

我始终觉得，为官一方，最基本的底线，是分清轻重。百姓的饭碗，永远大于干部的脸面。

舆情可以修复，数据可以调整，面子可以挽回。但农民一年的生计，耗没了就是耗没了。一季的收成烂了，就是实实在在的血本无归、倾家荡产。

真心希望，这一次的西瓜滞销风波，不要轻飘飘过去。

别再忙着追责村民、压制声音。多转头看看地头，看看那些愁容满面的瓜农。

该整改的是扭曲的政绩观，该纠偏的是错位的工作态度。

问题捂不住，民生骗不了人。放过求助的老百姓吧，好好帮农民卖一次瓜，才是你们最该做的正事。

■首席评论员 董哲

SOS 紧急救援电话欠费？问界的良心欠了多少费

浙江一位问界 M8 车主在行车途中遭遇胎压骤降，危急时刻按下车顶 SOS 紧急救援按钮，期待求救通道能够立刻接通，冰冷的语音提示却令人脊背发凉：您的电话因欠费暂时无法呼出，请续缴话费。尽管事后官方客服反复强调，SOS 紧急呼叫功能永久免费，不存在缴费门槛，门店将故障归结为内置流量卡切换异常。可这场惊魂一刻引发的追问，不会随着一次故障修复轻易消散：车企的安全底线，能不能被一次系统异常轻易击穿？造车企业的良心，是否也存在“欠费停机”的风险。

SOS 按键不是车载影音、增值导航这类可

选娱乐功能，它是车辆最后的生命通道。正常设计逻辑里，紧急呼叫模块应当独立于车机流量系统，即便车机娱乐流量到期、账号退出登录，遇险呼救通道也必须时刻保持畅通。车主现场证实，事发时车辆信号满格，手机通话正常，排除外部信号干扰。一个本应绝对独立的安全功能，却被流量卡切换故障裹挟，弹出极具误导性的欠费提醒，暴露出底层设计架构存在致命缺陷。在普通故障场景下，车主尚能依靠手机求助；倘若发生高速事故、人员被困等极端险情，救命按钮失灵，代价可能就是生命。

更值得警惕的是 SOS 功能的特殊性。中

控屏幕、空调、车机软件，日常用车随时可以测试好坏；但绝大多数车主数年都不会主动触碰 SOS 按键。这意味着故障具备极强的隐蔽性，车主无从提前察觉隐患，只有身处险境时，才会知晓这套安全系统是否有效。故障发生后，维修工单仅简单标注数据上报，没有完整根因排查报告，没有面向车主的系统性风险告知。仅仅修复单台车辆故障，却没有给出如何杜绝同类问题的方案，难以抚平消费者内心的不安。

当下智能汽车行业，软件订阅、增值服务付费日渐普遍，不少车企选择把功能拆分收费。市场可以接受舒

适配置、智能化附加服务有偿开通，但生命安全功能绝不能设置付费墙，更不能因为系统 BUG 制造“付费才能求救”的恐慌。国标车载事故紧急呼叫系统早已明确，紧急呼叫是保障驾乘人员安全的基础配置，安全底线不容商业化逻辑渗透。此次事件虽然官方澄清不存在收费机制，但“欠费提示”传递出来的观感，足以动摇消费者对品牌安全理念的信任。

汽车市场竞争，拼的不仅是续航、智驾、内饰配置，更是根植于产品底层的敬畏之心。技术故障难以百分之百杜绝，但对待安全隐患的态度，最能衡量一家企业的责任感。面对

事关生命安全的重大隐患，车企不能简单用“偶发故障”一笔带过，应当全面复盘系统架构漏洞，开展大范围车辆排查，公开完整事故溯源报告，拿出实打实的技术改进方案。

流量可以欠费、软件服务可以到期，但守护生命安全的责任，永远不能欠费。消费者愿意为优秀的产品买单，却无法容忍安全底线出现一丝裂痕。对于问界而言，想要平息舆论争议，不能只修复一台车的故障，更要守住造车初心，向所有车主交出一份令人信服的安全答卷。

■首席评论员 钱正云

