

这位“律师”穿警服

——记青浦公安分局法制支队民警吴巍

□记者 翟梦丽

在公安法制部门中，有这样一群人，面对的是对处罚结果不满的群众，而他们自己要作为“警界律师”出庭应诉。吴巍就是其中一员。2012年从华东政法大学毕业后，他加入了公安队伍，从派出所治安民警做起，2016年起任青浦公安分局法制支队民警，主要负责行政复议应诉工作。做一行精一行，在法律的圈子里深耕多年，他对这个工作有了自己的理解。采访中，他反复提到：“既要严格执法，也要做好释法普法工作。”

5年参加诉讼庭审200余起

从事法律工作的吴巍看起来并不严肃，一讲起工作，很快就打开了话匣子，侃侃而谈对工作的理解和感受。

吴巍工作的一个重头戏是作为分局诉讼代理人出庭应诉。从事法制工作5年来，他参加诉讼庭审200余起。在法庭上，穿着公安制服的他，展现的是公安民警法律素养，维护的是公安机关执法权威。

对他而言，每一场庭审，都必须准备充分，不能掉以轻心。在法庭上，有时会遇到“突然袭击”。在一次开庭过程中，原告因与邻居发生矛盾心存不满，在将邻居家的玻璃窗砸碎后被公安机关处罚。庭审过程中，原告突然提出了一个此前从未提出过的观点，称自己敲碎

玻璃窗属于正当防卫。吴巍想起了原告笔录中分明说自己是一气之下才敲碎玻璃窗，立马反驳：“你在笔录中说因为邻居不配合有关部门工作，物业也不解决，所以一气之下敲碎了对方玻璃窗，你的行为是出于发泄不满而非制止不法侵害继续实施。单从这点上看就已经不符合正当防卫的构成要件。”虽然没有对正当防卫的观点作准备，但吴巍依然不慌不忙给出了回应。“诉讼工作重在平时积累，如果对案件材料不熟悉，或者专业素养不扎实，法庭上就容易‘吃瘪’。”原告在听完吴巍的回应后，不再强调正当防卫这个观点。庭审旁听人员也对吴巍称赞道：“你对案件材料掌握得很细致。”

不仅要自己懂法，还要向群众普法

公安是执法机关，总是第一时间直面群众的矛盾纠纷，复议应诉岗位面临的多是对执法行为有异议的群众。在这种工作环境的锤炼下，吴巍慢慢琢磨出了一套准则：不仅要自己懂法，还要向群众普法。“有时候，来咨询复议的人自己都不知道自己哪里做得不对，总认为民警处罚错了。”面对这样的情况，吴巍认为，自己的工作不光要定分止争，还要向更多的群众普及法律规范，让行政处罚起到教育警示作用。

面对前来咨询交

通类处罚的群众，他总会通过监控视频还原事发经过，再耐心向群众解释问题出“在哪里，应该怎么做。不知道错在何处的，弄明白了自己已触犯法律，接下来也会更加注意；怀有侥幸心理不满处罚结果的，也心服口服。通过这种“摆事实、讲法律”的工作模式，不仅提升了执法效果，也实实在在给群众上了一节普法课。

吴巍算了一笔账，八成的群众在这种模式下选择了服法息诉。同样，面对民警执法瑕疵，他也不护短，而是认真查找问题，及时通报，并督促整改。在他的不断努力下，分局治安类、交通类执法质量始终保持高质量水平。

工作一丝不苟，吴巍也挤出时间自我提升，先后通过了国家司法考试以及高级执法资格考试。在进博会安保工作期间，吴巍发挥自身优势，与同事一起调研并汇编形成《上海市公安局青浦分局法律服务手册》，为各执法办案单位提供强有力的法制支撑。

去年，在上海公安法制青年条线大比武中，他脱颖而出，成为十佳。工作负责专业，积极进取，这位警界“律师”用自己的言行彰显了法制青年民警的别样风采。



沪出台《上海市慢行交通规划设计导则》

规范非机动车停放 关注残疾人出行需求

□记者 翟梦丽

本报讯 慢行交通包括步行、自行车和合规的电动助力自行车，实际生活中慢行空间容易被侵占或破坏：非机动车停车难，轨交换乘难，立交、地道出入口、桥下空间和畸形交叉口过街不便……记者昨日从市道路运输管理局获悉，《上海市慢行交通规划设计导则》（下称《导则》）已经出台。《导则》作为规范标准的补充提升，注重场景化应用，对人民群众“急难愁盼”、上海新一轮发展热土的五个新城，以及实际运行中发现的主要问题等提出实质性指引。

《导则》对慢行空间保障和设施保护提出诸多措施，如：市政道路人行道和非机动车道宽度统筹考虑，保障有效通行宽度；公路城镇段结合需求及断面宽度适时增设人行道和非机动车道；优化道路全断面，统筹规划人行道设施带，协调道路停车空间；建筑退界空间内的停车和进出设置专门的进出口坡道，不占用人行道空间或打断人行道的连续性等。

针对轨道交通站点周边的慢行系统，《导则》从提升轨道站点的慢行网络密度，轨道站点出入口合理布局地面公交、出租车、非机动车停放设施打造“微枢纽”等方面，进一

步提高轨道交通跟其它交通方式的衔接换乘效率，解决部分群众乘坐、换乘轨道交通绕行问题。

对立交、地道出入口、桥下空间和畸形交叉口等群众反映过街不便的点位，以及人行过街设施间距太大、绕行过远的问题，《导则》提出要重视人非出行流线的组织，缩小过街设施与周边重要公共设施出入口的间距，提高人非过街便捷性。人行过街横道遵循行人过街的最短路线布置，当斜向人行过街需求较大时，可设置斜穿交叉口的人行过街横道。

互联网租赁自行车等非机动车停放问题，一直是城市治理的难点，本次《导则》对非机动车停放，要求提前合理规划设计轨道交通站点等重点区域的非机动车道配建，规范非机动车停放，挖掘停放潜能，适应外卖业态发展，并与风貌环境相互协调。

市道运局扩展研究“全年龄层”的慢行友好特性，在《导则》中设置专篇指引慢行系统“人性化”设计，重点包括方便轮椅、婴儿车的公交站台无障碍设计、交叉口或地块出入口的平坡或缓坡设计、二次过街安全岛设置等，关注残疾人、老年人、儿童群体及一般人群的出行需求，打造“全龄友好、充满活力、品质宜人”的慢行空间。

网红餐饮频“翻车” 对食品安全缺乏敬畏

“小龙坎”火锅店使用黑作坊加工假冒“鲜鸭血”，“蜜雪冰城”奶茶店使用过期食品原料，“华莱士”快餐店炸鸡掉地后继续使用，“杨国福”麻辣烫店汤料污秽不洁，“奈雪的茶”奶茶店使用腐烂水果，“大润发”超市发臭隔夜肉卖了再卖，“胖哥俩肉蟹煲”隔夜死蟹当现杀活蟹卖……近日，网红餐饮品牌的食品安全问题接连曝出，引发社会广泛关注，加剧民众对食品安全的忧虑。

食品安全靠外部人员揭露

食品安全问题靠外部人员揭露，这成为了网红餐饮业的“新常态”。近年来，伴随着新消费浪潮，各个赛道的网红品牌如雨后春笋般涌现。然而过快的规模最终导致其质量跟不上扩张速度，在餐饮行业，这种弊端就映射到了常见的食品安全问题上。再者，新消费的发展重点偏向于营销侧，对于食品的品质要求相对下降，这也是网红餐饮品牌不注重食品本身的一个因素。坐拥几千万顾客的胖哥俩只是其中一例，据媒体报道，胖哥俩北京店使用过期食材和隔夜死蟹已经成为门店的日常“惯例”，从十来只到近百只不等。而作为最重要的配菜——土豆，爆料称，30多斤剥好的土豆散发出异味后，被高压锅煮熟继续使

用。一位后厨杀蟹工称，“实际上每份蟹煲的分量都不足500g，一份420g或430g，都是固定的，尽量不要多。这个分量是店里的规定，其实以前的分量比现在还少，原来只有380g、390g，现在还增加了呢。”

8月24日，浙江省市场监管部门对胖哥俩在浙74家门店突击检查，最终发现12家门店出现食品安全问题。其中包括：未建立蟹品、牛排等废弃食材处置台账，冰柜中存放的半成品未标注制作时间、最佳使用时间等。

胖哥俩也并非第一个被曝光食品安全企业的网红品牌。作为奶茶业的代表，奈雪的茶后厨也出现了食品安全危机。两家涉事门店被顶格罚款，门店店长分别收到25万元和28万元的罚单。

短期内，如此多如雷贯耳的网红餐饮品牌纷纷陷入食品安全丑闻，让人大跌眼镜。它们不仅知名度高，而且规模大，门店多，理应成为食品安全的“示范生”。

然而，近几年一些迅速走红的餐饮品牌，却屡屡跌下“神坛”，这提醒各界，是该对网红餐饮的食品安全问题，予以更严肃的审视了。此次市场监管总局集中通报相关违法案例，就释放了积极信号。

网红餐饮品牌，一开始往往令消费者耳目一新。但餐饮行业再怎

么创新，食品安全的底线都不能丢。一些网红餐饮品牌最终被曝“盛名之下，其实难副”，原因是多方面的。比如，有的是通过营销炒作迅速扩大知名度，再通过招揽加盟商而快速“割韭菜”。可以说，从一开始，一些品牌就没把食品安全和品质放在第一位。尤其是不少品牌背后有着资本加持，很早就走上快速“圈钱”之路。只关注规模上的扩张，对“练好内功”关注不够，尤其是对于食品安全缺乏敬畏之心。

事实上，网红餐饮一旦存在食品安全问题，其带来的社会影响，

名气越大责任越大

对于消费者的权益损害，是几何级增大的。比如这次广东等11地共排查了3323家杨国福麻辣烫店，其中责令整改的就多达841家。有多大能力就得承担多大责任。构建一个健康的餐饮市场环境，网红品牌、大品牌理应发挥更多正向作用，而不是成为反面教材。

如果一个连食品安全底线都不能守住的“网红”，这难免加剧“劣币驱逐良币”，放大市场道德风险。一些网红品牌在食品安全上集体打“低分”，由此可能给市场带来的负面激励，不可不察。

据悉，下一步市场监管部门将

这一模式下，不少品牌门店数量短时间内激增，服务管理和质量维护能力却明显滞后，出现食品安全问题是迟早的事。此外，也不排除一些品牌在变成“网红”后，自恃市场地位高，从而放松约束，丧失对食品安全的敬畏。

在市场角度，我们或不必对一些网红餐饮的质量丑闻过于担心，毕竟，自砸招牌终究会受到市场报复。近些年，不少曾经盛极一时的网红餐饮却非常短命，已经给出了前车之鉴。

充分利用监督检查、抽检监测、媒体监督、投诉举报等途径，综合运用信用联合惩戒等手段对违法者及上下游相关生产经营实行最严格的监管；对暴露出的问题冒头就打，对违法者实行最严厉的处罚，让违法者付出代价。

当“最严格的监督”和“最严厉的处罚”变成常态化，重营销而轻安全的行业歪风必将降温，而众多网红品牌心中的食品安全红线也必将有所绷紧。当然，知名品牌一再陷入食品安全风波，也提醒消费者建立更理性的消费观，不必迷信“网红”。综合新京报、中央纪委国家监委网站等

(思源整理)