全年发运紧急医疗防护物资226吨

上海基地365天无休确保58支援外医疗队紧急医疗防控物资保障

本报讯 去年年初新冠疫情全 球肆虐, 又遇多个我国援外医疗队 所在的亚、非、拉国家出现确诊病 例,上海市卫生健康委员会援外物 资供应站 (以下简称"上海基地") 作为国内唯一一个承接援外紧急医 疗防控物资保障的基地, 临危受 命,做好物资保障工作。截至今年 1月29日、上海基地已全部完成 国家和多个兄弟省交办的防护物资 和防疫设备的采购、质检、分配和 发运工作。

自去年2月上海基地收到国家

卫生健康委国际交流与合作中心的 函开始,到塞内加尔、安哥拉、马 达加斯加等第一批国家清关发运, 仅仅用了7天的时间,疫情的变化 牵动上海基地全体同志的心, 为的 就是与时间赛跑、与死神赛跑!

为了确保物资顺利平安地抵达 援外队员手中,上海基地在确保能 提供最为稳妥的"海运"前提下, 选择了全球快递最快最便捷的方 -空运。全年共向援几内亚、 刚果 (布)、加蓬等 58 支援外医疗 队发运紧急医疗防护物资 1928 立 方米, 重量 226 吨; 防疫设备 243 立方米,重量26吨。

一年来, 从江南梅雨暴雨到几 十年未遇的寒潮,上海基地度过了 疫情伊始那手足无措的严寒和紧锣 密鼓连夜加班的酷暑, 大家没有额 外的报酬、没有固定的上下班时 间,随时待命,无怨无悔,只为一

利比里亚地处西非,是"拉沙 热"疾病较为严重的国家,去年 10月,因其国内治疗拉沙热药物 告罄, 第13批援利比里亚医疗队 向国家卫健委国际与合作交流中心 发出了追加"利巴韦林片" "利巴 韦林针"的紧急申请。同年12月, 援尼日尔医疗队为了应对其国内不 断增加的新冠确诊病例, 需紧急采 购一批防疫物资和药品。上海基地 接到指令后,经过多方询药、合规 采购,用最快的时间保质保量地将 药物搭载上了防疫物资的绿色通 道,顺利发往了受援国。其中发往 尼日尔的物资, 从上海海关出关到

当看到一箱箱贴着五星红旗的 防疫保障物资整装待发时,强烈的 民族自豪感油然而生, "我寄春光 与明月,随风直到北非西" 一首同风雨, 明月何曾是两乡"

落地办理清关,路上仅用了3天。

"青山 书写的是血肉同胞大爱无疆的壮志

深化上海产业工人队伍建设改革首批校企合作签约仪式举行

劳模工匠走进校园 思政教师走进企业

□见习记者 陈友敏

量,发动相关院校和企业投身到产 教融合、校企合作的火热实践中 来, 切切实实为上海产业工人技能 提升保驾护航。昨日,深化上海产 业工人队伍建设改革首批校企合作 签约仪式在上海市政府举行, 今 后, 劳模工匠将走进校园, 思政教

此外,昨日,市总工会会同市 教卫工作党委、市发展改革委、市 经济信息化委、市教委、市财政

局、市人社局、市国资委联合下发 《关于深化上海产业工人队伍建设 改革推进校企合作工作的指导意 见》。在市人大常委会副主任、市 总工会主席莫负春, 上海市副市长 陈群的见证下, 东华大学、上海大 学等首批 14 所高职院校与上海建 工集团股份有限公司、上海临港经 济发展 (集团) 有限公司等 23 家 企业单位签署《校企合作框架协

记者获悉,今后2年内,签约 院校与企业将围绕一线技能人才培 养,建立订单式人才培养清单,遵

照教育教学规律,制定人才培养方 案。同时,加强"技师+工程师" 等"双师型"队伍建设,建立职业 技能等级认定与专业技术职称评审 贯通机制。还将充分发挥工作室作 用,依托劳模、工匠、技能大师等 工作室资源, 进一步建立产学研合 作平台。围绕职业教学能力升级, 双方将加强师资队伍建设,结合教 学需求帮助教师深入企业, 共同推 进"教师与技师"互动学习机制。 优化职业教育模式,根据产业发展 趋势, 以及企业培训需求共同开发 职业终生培训项目,发展工学交替

等各种学习方式灵活搭配的职业教

围绕劳模精神走进校园,签约 院校与企业还将共同探索构建包含 劳模演讲教材编制、劳模课程建 设、劳模讲师队伍组建等多个方面 的高校劳模精神育人体系, 搭建劳 模进校园的示范基地。定期举办劳 模沙龙、劳模创新论坛等劳模交流 与创新活动,开展高校思政名师进 园区、进企业,将劳模精神融入育 人全过程。双方将开展产业工人队 伍建设改革课题研究, 在职工技能 等级评价体系等方面进行研讨。

轨交 14 号线 主体工程全线贯通

□见习记者 翟梦丽

本报讯 记者昨日从上海地铁 方面了解到, 轨交 14 号线静安寺 站站台层上行线顶管顺利完成接 收, 这标志着 14 号线主体工程 全线顺利贯通, 为后续全线轨道 铺设及列车上线调试创造了条

14 号线静安寺站位于华山路 与延安中路交叉路口的华山路下 方,沿华山路南北向布置,长度约 225m, 净宽 20.54m, 它与既有的 2号线和7号线形成三线换乘。车 站身处商圈, 高楼林立, 交通繁 忙, 地下更是纵横多条地铁、管 线, 犹如"螺蛳壳里做道场"

14 号线工程西起嘉定封浜东 至浦东金桥, 贯穿上海城区市中 心,途经嘉定区、普陀区、静安 区、黄浦区和浦东新区,正线全长 38.514 公里, 共设地下车站 31 座, 其中6站6区间与东西通道工程合 体共建。

14 号线为八节编组大客运量 全自动驾驶线路, 可与轨道交通网 络中其他 13 条轨道交通线路换乘。 据悉, 14 号线是近期穿越中心城 区的最后一条8节编组大运量线

关不掉? 谁来给 APP 广告设个"关闭键"

上海市消费者权益保护委员会发布《APP广告消费者权益保护评价报告 (2020)》, 指出 58%的 APP 含有广告, 其中 69.7%的广告没有"关闭键"。记者调查发现, 部分弹窗广告仍然存在色情、赌 博、暴力甚至诱导自杀等违法信息,成为增加安全风险、严重影响青少年身心健康的网络"毒"窗。并 且, 弹窗广告已经形成一条完整的利益产业链。

弹窗广告阴魂不散,须下狠功夫治理

整治弹窗广告的专项行动, 的确 有过一些短期"立竿见影"的效果 但整治之后,它们又如雨后春笋一般 冒出来。何以至此?利益驱动使然。 据媒体报道,"弹窗广告已经形成完整 的利益产业链,PC 端弹窗广告每条低 至1分钱,移动端弹窗广告每条低至 2 分钱,一家公司单日最高可提供 100 万条弹窗广告服务。"看似价格低廉, 但因为用户数量众多, 其背后所涉及 的经济利益也是一笔巨额财富。

根据我国《广告法》第四十四条 规定, "利用互联网发布、发送广 告,不得影响用户正常使用网络。在

互联网页面以弹出等形式发布的广 告, 应当显著标明关闭标志, 确保一 键关闭。"此外,自2016年9月1日 起施行的《互联网广告管理暂行办 法》也有相同规定, "不得以欺骗方 式诱使用户点击广告内容""未经允 许,不得在用户发送的电子邮件中附 加广告或者广告链接"。

综上可知 关不掉的弹窗广告就 是违法的,可为何最新调查结果仍然 显示"69.7%的广告没有关闭键"呢? 背后的原因不难解释:第一,消费者 个人维权的成本很高, 人力物力财力 承受不起;第二,根据《广告法》第

六十三条规定, 弹窗广告的罚款上限 为 3 万元,这样的金额跟巨额的收益相 比九牛一毛。

存在未必合理, 既然发现问题 就需要对症下药。一方面,可以完善 与升级相关法律,提高对弹窗广告的 处罚力度, 甚至根据收益情况加倍处 罚;另一方面,考虑到用户个体维权 的无力, 也应该考虑提起公益诉讼, 用法律给用户撑腰。

弹窗广告阴魂不散, 必须下狠功 真功夫, 用更加严格的处罚和更 加公正的法律积极作为, 最大限度地 确保用户的合法权益。

偷听用户"说话"消费者个人隐私亟待保护

值得注意的是, 手机 APP 弹出 的广告,看似是无意的,其实更多时 候都属于"投其所好", 根据用户的 使用行为精准推送。

"在你点开 APP 的 1 秒内, 你 的特征已经被分析并发给了广告主, 谁出价最高, 你的手机上就会显示谁 的广告,这就是竞价交易。"专家指 出, APP 广告的精准投放与竞价交 易,是建立在过度索权、收集个人信

相较于广告一键关闭功能, 保护 用户从 APP 中被"偷"走的隐私, 更是迫在眉睫。手机 APP 违规收集 用户信息已是监管整治的重点工作之 一。就在2020年,工信部对52万款 APP 进行了技术检测工作, 责令 1571 款讳法 APP 进行整改。

部分手机厂商也在行动。苹果方 面表示, 计划修改 IDFA (广告标识

符)政策、将此前的默认 IDFA 开启变 更为默认 IDFA 关闭, 未经允许就追踪 用户数据的 APP 将会被移出苹果应用 商店。通俗来说、IDFA 相当于一个手 机身份证, 用户的网络行为习惯可能被 记录在其中,如常用哪些 APP、平时 在哪个区域活动、经常搜索哪些产品 等。通过 IDFA、APP 便可以形成一个 用户画像,并依照画像向手机精准地推 送广告。

提高违法成本 加大惩罚力度

据不完全统计, 用户每天 在各类 APP 上平均花费时长 达 4.9 小时, 占用户日均上网 时长的81.7%,这让APP作为 一种新型广告媒介的应用价值 凸显出来。与此同时,一些手 机厂商卖硬件不挣钱, 更多靠 预装软件及其广告盈利。而一 些 APP 运营方的盈利也与广 告密切相关。自身有广告价 值,又关系诸多商家的"饭 碗", APP广告泛滥就在"情 理之中"了。

此外, 在流量焦虑的背景 下,点击率、观看时长等因素又 往往是衡量广告的重要标尺。 "关不掉"虽然粗暴,却是简单 有效的办法。

推送广告,并且强制观看 本质上是强买强卖, 也是对法 律法规明目张胆的挑战。广告 法规定,利用互联网发布、发 送广告,不得影响用户正常使 用网络。在互联网页面以弹出 等形式发布的广告, 应当显著 标明关闭标志,确保一键关 闭。《互联网广告管理暂行办 法》也有同样的规定。

然而,根据广告法, APP 广告关不掉, 对广告主处 5000 元以上 3 万元以下的罚 款。相比动辄过千万元、上亿 元的广告收入,这个违法成本

太低,不足以对 APP 运营者、 广告主形成威慑。

提高 APP 违法成本、加 大惩罚力度是不少用户的心 声,也是现实需要。关不掉广 告是用户反映强烈的问题之 一 既然一些 APP 屡教不改, 不给用户向广告说"不"的权 利,那么,不妨请监管亮剑, 向这样的 APP 说"不"

下架,才能让 APP 运营 者真正感到"疼痛",倒逼其 加强自律、遵守法律法规、严 格广告管理。进而倒逼广告内 容和形式的优化。当然,下架 不是目的, 也不是永久关掉, 而是给 APP 运营者一个重磅 提醒,对拒不整改、公然违法 的,要严厉打击,而对知错能 改、努力合规的, 也给其一个 重生的机会。

移动互联网技术的快速发 展. 让 APP 一度经历了野蛮 生长、狂飙突进的阶段,一些 APP 的"常规操作"以创新 之名对用户甚至是法律形成了 绑架。随着监管思路逐步明 晰、监管手段不断升级, 是时 候向 APP 亮剑了, 既为了移 动互联网行业健康、可持续发 展, 也还用户一个干净、良好 的网络环境。综合工人日报、 光明日报等 (思源整理)