

万元买圆明园“马首”?直播坑老该休矣

近日有网友发帖称，其父亲在古董直播间里花费 9999 元购买了所谓“圆明园马首”，在主播的说辞中，这件文物在未来可以拍卖到几百万甚至上千万元的高价。

此类令人瞠目结舌的骗局并不鲜见，当直播热潮涌入到珠宝文玩领域时，一场场针对老年人精心设计的骗局也随之而来。“高价回收”“参与拍卖”……这类说辞使部分老年人深陷古董发财的迷梦，也给我们再次敲响了防诈骗的警钟。

平台应尽快健全管理制度,把漏洞堵上

号称圆明园马首的“文物”竟只需 9999 元便能“送货上门”，这显然是一场闹剧，甚至可以说是一场精心策划的骗局。

即便这些中老年人有自身的问题，也绝不意味着他们活该被骗，最该谴责的依然是处心积虑围猎他们的骗子。而避免中老年人上当受骗，最责无旁贷的，则是开通网络直播间的这些平台。

看看直播间那些主播的话术，诸如被境外势力追杀、家族帮派内斗、重建博物馆没有地方存放藏品等，无异于公然诈骗。这些在年轻人看来可笑的骗术，却往往最能打动熟悉家国叙事、江湖叙事的中老年人。哪怕没有诈骗到钱财，平台如果放任这些虚假故事在直播间泛滥，也都算是失责。

当然，要说平台完全没管，可能也不客观。比如这些直播间通常会在左上角注明“虚构剧情”“剧情演绎”等字眼。可是，一来观看这些直播间的中老年人未必会注意到，二来

主播们编故事和卖货的行为往往“无缝衔接”，那些注明就变得毫无意义，难道卖假货也算是“剧情演绎”吗？对这些基本一眼就能判断是诈骗的直播，显然不能因为标了“虚构剧情”之类的字眼，就免于打击。

客观来说，在各方压力之下，有些平台这几年确实也对类似直播间卖假古董的行为加强了整治，但还远远不够。比如，某些直播间不停使用矩阵号、分身小号，就是在不断和平台博弈。对这类卖货主播，完全可以提高准入门槛，加强资质审核，建立黑名单制度。只要有过类似劣迹的主播，可以通过人脸识别等技术进行跟踪，避免其换个账号就继续复出。

总之，直播间假古董泛滥坑老，可以算是网络社交普及之后伴生的负面效应，让骗子更容易触达以中老年人人为代表的易受骗人群。解铃还须系铃人，要避免“技术帮助作恶”的状况，平台责无旁贷，应尽快健全管理制度，把漏洞堵上。

中老年群体也应有意识地提升分辨能力

报道调查发现，这类直播间卖的大多是客单价较高的珠宝文玩，商品标价从数百到上万元不等，受骗的多为略有积蓄的中老年人。

老人们对这类拙劣的话术深信不疑，主要是因为主播们编织了一个虚假而又看似自洽的世界。一方面，主播们往往掌握了一整套忽悠话术，在生动的情景演绎和气氛造势下，很容易让不明真相的人“上头”。比如，不少主播抓住“捡漏”这一核心逻辑，捏造了其被境外势力追杀、家族帮派内斗、重建博物馆没有地方存放藏品等“狗血剧情”，忽悠“家人们”暂时守护这些珍贵的珠宝古董。

另一方面，这些“坑老”骗局还通过承诺高价回收等方式，让人误以为买这些藏品就能发财、转运甚至彻底改变命运，诱导老年人疯狂下单。从诸多问题直播间的话术中不难看出，刻意在中老年受众和家人间设置隔阂，以便操纵其判断是很多主播

的常见套路。破局的关键，还是在于加强老人与家人间的日常沟通，增强信任基石，避免中老年人进入情感和精神孤立状态。

而且，一些中老年人受众之所以对这些套路缺乏警惕，主要在于骗术较为“新鲜”。对此，不管是在公众宣传教育中进一步科普典型案例，还是为他们详细解读从虚构事实、到“氛围组”话术、再到诱导下单等方面的猫腻儿，都能让他们在面对忽悠时更加淡定，避免被拐进话语陷阱。

当然，作为“疯狂下单”的主体，中老年群体也应有意识地提升分辨能力，明白“捡漏有风险”的道理。冲动“剁手”前，不妨先问自己一句：珠宝文玩行业本来就有较高的鉴别门槛，很多时候连专家都可能看走眼，又怎会有送上门来的“大漏”让你随便捡呢？

综合中国青年报、央视网等
(谕路 整理)

学会抓住“黄金四分钟”，挽救更多的人

□ 丁家发

近期，运动状态下的心源性猝死引发关注。专家提醒，在心源性猝死的抢救中，“黄金四分钟”至关重要，人人都应该掌握。

心源性猝死是一种突发性的非预料死亡。据统计，病人需要急救的情况，95%发生在医院以外。针对心源性猝死的抢救，有“黄金四分钟”的说法，如果在心跳停止的 4 分钟内进行心肺复苏，患者救活率可达 50%；超过这一黄金救援时间，每延迟 1 分钟，抢救的概率会下降 7%至 10%。如果等救护车赶到再进行抢救，可能会错过抢救的最佳时间。现实生活中，一些围观者也坦言，自己不是不想帮忙，而是没有相关急救知识怕帮倒忙。可见，普及急救技能，至关重要。

据了解，在一些国家和地区，急救技能已经全面普及，80%的人至少会一门以上的急救技能。在日本和法国，普及自救急救知识已纳入小学生课程。美国的急救课程从幼儿园就开始，在 2 岁—6 岁，让孩子明确知道哪些东西是危险的；到了初中，就要接触真正的急救方法。然而在我国，大部分的中小学校几乎没有给学生们提供过真正的应急教育、救护知识教育。课堂上除了文化科目备受重视，音乐、美术都沦为“陪

衬”，更别说急救知识了。而社会上，民众接受急救技能培训的机会更少。多数人都是急救知识的“睁眼瞎”，于是，遇到有人突发疾病或发生地震、火灾等关键时刻，或面对“黄金四分钟”的救援时间，大家也只能干着急，眼睁睁看着生命“枯萎”。

“明者防祸于未萌，智者图患于将来”，普及急救技能刻不容缓。一方面，教育界应该把急救知识纳入中小学课程，从小从早抓起，让每一位中小學生都掌握一定的急救知识及技能；另一方面，各地红十字会及医疗机构也要积极主动作为，经常向民众开展急救技能的义务培训和普及活动，让更多的人掌握相关技能。此外，在车站、码头、机场及公园等一些公共场所，配备专业的便携式自动体外除颤仪（AED）等急救设备，对于心脏骤停的患者，可以采用心肺复苏与 AED 相结合的方式进​​行抢救，以最大限度挽救患者的生命。

总之，尽最大可能地普及急救技能，进一步提升院前急救的公众参与率，只有这样，当有人骤然倒地时，才会有更多旁观者敢于伸出援手，在“黄金四分钟”关键时刻进行科学救助，从死神手中抢回更多生命。

“邮寄儿童”服务须精细,才能“叫好又叫座”

□ 郭元鹏

7月4日起,南京公路客运站务有限公司下属的两家枢纽客运站南京汽车客运站、南京汽车客运南站针对暑运旅客出行需求专门开设“无成人陪伴儿童乘车”爱心平台,即“邮寄儿童”特色服务。

“邮寄儿童”服务,说起来也不算新鲜。但是这项服务的效果并不算太好,不少地方的“邮寄儿童”服务要么是“胎死腹中”,要么是“门庭冷落”,起初的“叫好”迎来的不是“叫座”。

究其原因其实很简单:其一,前几年不少地方推出的“邮寄儿童”服务,多数是纯商业性质,收取的费用不低,家长感觉不划算;其二,多数家长担心安全问题,将孩子交到陌生人的手里,总是感觉不放心。这也难怪,当时的“邮寄儿童”不过是“买张车票让孩子自己往回走”而已,并没有精细化的服务。

“邮寄儿童”是一项特殊的服务,本质上来说是一件大好事。放暑假了,家里没有人照顾孩子,可以让孩子通过“邮寄儿童”服务独自回到老家;在老家的留守儿童,则可以通过“邮寄儿童”服务来到城市与父母团圆。成年人都是忙忙碌碌,请假不易,有了“邮寄儿童”服务,显然会省不少心。

在笔者看来,“邮寄儿童”服务是一个商业属性和公益属性兼顾的项目,而不是“一本万利的买卖”。尽管说客运部门是商业性质的,可是也需要担当

起社会责任。因此,客运部门在制定“邮寄儿童”服务价格的时候,应通盘考虑,既需要体现出“商业的价值”,也不能让价格“高高在上”。此外,未成年人单独出行,最需要确保的就是安全问题,这需要客运部门通过精细化的服务和保障,才能让“邮寄儿童”的旅途成为“安全之旅”“快乐之旅”。

值得欣慰的是,南京市两家枢纽客运站对此作出了回应,从昔日“邮寄儿童”服务受冷落的教训中,找到了问题症结,提供了“改良版的邮寄儿童”服务。

首先,客运站为每个儿童配备一名具备专业素养和丰富经验的工作人员。在服务过程中根据每个儿童的具体需求,耐心细致地与孩子沟通交流,解答其疑惑,以缓解紧张情绪;其次,待儿童上车时,工作人员会亲自将儿童安置到座位上,对于年龄较小的儿童,客运站还会准备一些他们喜爱的图书和小零食,以减轻旅途的单调和枯燥感;第三,配备必要的安全设备和应急救援工具,确保儿童在旅途中的舒适与安全。对于异地抵宁的儿童,两家客运站还将提供周到的接站服务,对于携带较多行李或行动不便的儿童旅客,客运站工作人员将全程陪同接站。

显然,只有提供精细化的服务,将家长们的担心和焦虑打消,“邮寄儿童”服务才能“叫好又叫座”。