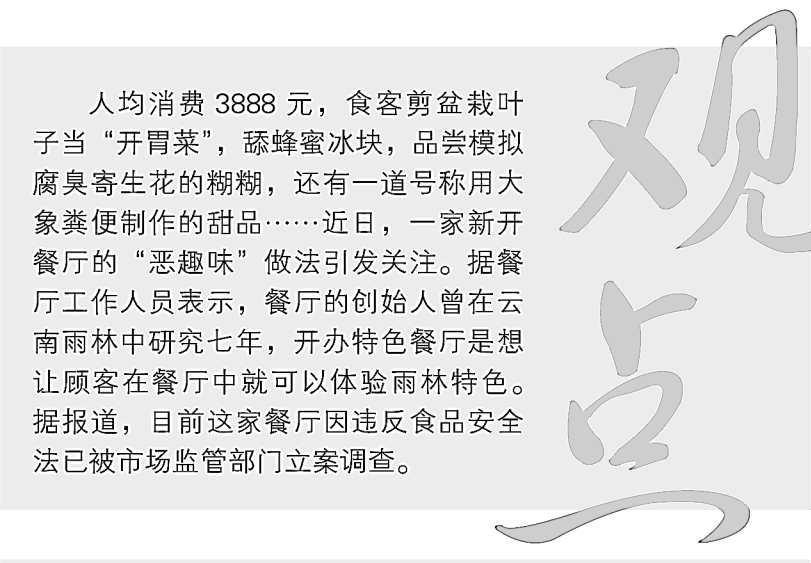


象粪上餐桌？猎奇不该突破安全底线



哗众取宠只能自食苦果

经初查，该单位于2025年2月正式经营，其从外地购进竹虫、蚂蚁、大象粪便作为食品原料，制作成菜品提供给消费者食用。该单位采用预约制用餐，营业时间为每周末晚上，近两周无订餐。现场检查时，未见竹虫、蚂蚁和大象粪便等食品原料，该店现已停止经营。

从今年2月开门营业，到4月停业，这家餐厅火速“凉凉”的结果再次证明，靠虚标高价、玩概念出圈的经营理念，只能是哗众取宠，没有多少顾客愿意买单，难以实现可持续发展。

近些年，餐饮市场不时出现一些“不走寻常路”的营销方式。比如，有咖啡厅店名及商品命名低俗，涉嫌用三俗主题进行营销；有饭店打造“猛男餐厅”等擦边概念，堂而皇之地对消费者提供露骨表演。

不在基本的餐品和服务上下功

夫，却想方设法博眼球出圈，就只能迎来关门的结局。主管部门及时出手，对违规商家调查处理，能够防止更多商家跟风效仿类似的低俗营销模式，也能重申合法合规经营的边界。

还要看到，如今在社交平台 and 用户点评平台上，奇葩营销方式并不少见。一些店家会有意打造出格卖点，并邀请博主等人通过探店、刷好评的方式向消费者“安利”，激发顾客尝试热情。对于此类做法，平台不妨进一步完善算法推荐机制，及时捕捉问题商家线索，通过向用户张贴提示、下架问题店家等方式，维护市场秩序，不给营销“恶趣味”生存空间。

餐饮业最核心的竞争力是餐品和服务，与其浮躁经营，拿恶心当创意，把低俗当有趣，不如沉下心来好好打磨真功夫。像这样“3888元尝大象粪便”的闹剧，该消停了。

猎奇不是抛弃底线的理由

该餐厅推出的甜点“鲜花插在香粪上”，以消毒烘干后碾碎的大象粪便为原料，即便工作人员声称已通过高温杀菌处理，这一操作仍引发消费者与专家的强烈质疑。猎奇营销挑战食品安全底线，商业伦理在流量狂欢中沦陷，这一荒诞事件反映出一些商家价值取向的严重偏差。

尽管餐厅声称大象粪便经过消毒干燥处理，但动物排泄物作为食品原料的合法性与安全性仍存在争议。根据《食品安全法》第三十四条规定，禁止生产经营用非食品原料生产的食品，或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品。而现行食品安全标准体系对动物排泄物的原料属性认定存在明显空白，其经处理后是否能废物变食物亦缺乏明确界定。

更值得警惕的是，这类特殊原料的微生物指标、重金属含量、过敏原检测等数据均缺乏权威检测支撑。于现行监管体系架构内，其风险控制仅依赖企业自律，难以给予消费者充分保障。

从“皮蛋咖啡”“米粉奶茶”“榴莲肥肠”等奇葩口味，到突破底线的“象粪甜点”，折射出部分实力不足的商家为博眼球，将“猎奇”作为营销利器，重流量而轻质量。商家合理宣传产品本无可厚非，但当“标新立异”异化为“挑战常识”，商业伦理的边界便已失守。更深层的问题在于，这类猎奇营销往往披着“创新”外衣，将反常事物美化成“打破传统”。商家以“粪便处理技术源自生物科技”等专业术语与地域文化为猎奇行为辩护，实则混淆了文化差异与基本卫生标准的界限，暴露出对消费者知情权和健康权的漠视。

当餐饮从业者沉迷于用猎奇制造噱头，当消费者为“拍照打卡”支付“智商税”，我们失去的不仅是饮食尊严，更是文明社会的基本共识。历经千年演进的饮食文化，需要的从来不是极端猎奇食品，而是安全放心的美味。真正的饮食价值，不在于食材的罕见新奇，而在于每一口都能带来安心与信赖，让用餐回归最本真的幸福体验。

综合大众日报、红网、红星新闻等（谄谄 整理）

对话“2·8袭警案”审判长：正义之路



第5卷

对话“2·8袭警案”审判长：正义之路

忠于法律，保持敬畏，坚持学习



扫描二维码查看全文

30年光阴长卷的第五卷。这依然是一张庭审照片：审判席正中坐着时任上海市第一中级人民法院刑事审判一庭庭长倪金龙（后任上海一中院副院长），下方两名书记员的“豪华”配置彰显出这起案件的“不寻常”。

“被告人手持刀具、砖块、木棍等袭击民警要害，这种暴力抗法的恶性案件在上海实属罕见。”倪金龙口中这起“罕见”案件，正是震惊沪上的“2·8袭警”案，因案发在2003年2月8日而得名。

“必须尽快给被害人及家属、给社会公众一个交代！”倪金龙回忆。尽管追求效率，但法官对证据链的审查近乎“严苛”，倪金龙回忆，“扎实的审查工作，严谨的证据链，真正做到‘证据确实充分’。”

“宣判的那一刻我其实有点紧张。”在电视台庭审直播中，倪金龙朗声宣布死刑判决时，整个法庭鸦雀无声。“我能听见自己的心跳声，这不仅是对犯罪分子的震慑，更是对公平正义的庄严宣示。”

上海一中院砥砺奋进30年·光影故事

快递员携带AED：应急救援的创新探索

□ 王琦

近日，珠海市应急志愿者协会将一台价值两万余元的自动除颤仪（AED）免费交付给珠海中通快递员，珠海快递服务领域首个移动急救平台正式启用。在交付仪式上，应急志愿服务专业人员为快递员朱周胜进行了一对一的急救知识培训，让其快速进入状态，掌握心肺复苏术及AED设备操作方法。

AED作为“救命神器”，传统多固定于机场、商场等公共场所，覆盖范围有限。快递员、外卖骑手等新业态劳动者，可谓是城市中最活跃的“流动哨兵”。他们每日穿梭于社区、商圈、写字楼之间，服务半径覆盖城市的每一个角落。这种高流动性与广泛覆盖性，使他们在紧急情况下往往能第一时间抵达现场。快递员的车辆成为移动AED载体，不仅突破了空间限制，更将急救响应速度提升至“分钟级”，真正实现了“急救在身边”。

快递员化身“急救侠”，本质上是社会治理理念的一次革新。传统应急体系多依赖专业机构与固定设施，而此次

尝试将应急能力下沉至社会基层，依托新业态劳动者的广泛分布与高频流动，实现“平急结合”的柔性治理。这种模式既是对“人民城市为人民”理念的生动实践，也为超大城市治理提供了新思路：通过激活社会力量的参与热情，将应急资源嵌入城市运行的毛细血管，从而提升整体韧性。

这一创新举措还蕴含着更深层的价值。它打破了职业边界，赋予快递员等新业态劳动者“城市守护者”的新身份。这种身份认同的升华，不仅能增强从业者的职业荣誉感，更能激发其参与社会治理的积极性。

当然，要让“急救侠”真正发挥作用，仍需多方协同发力。一方面，加强公众急救知识普及，提升全民应急素养；另一方面，完善制度保障，明确AED使用中的法律责任与激励机制，消除施救者的后顾之忧。此外，技术赋能也不可或缺，可通过物联网技术实现AED设备的实时定位与状态监测，或开发应急响应APP，让求助者与施救者高效对接。