

# “砸窗通风”事件凸显应急能力亟待提升



列车长时间滞留，车内高温闷热，男子砸窗通风……连日来，K1373次客车滞留东孝站一事，持续引发热议。对此，广铁长沙客运段日前发布情况说明，讲述了事发时车站仅有3名行车工作人员当班，以及给乘客分发矿泉水，将各车厢乘务间、厕所、洗脸间、车厢内80余个能够开窗通气的气窗全部打开等措施。同时表示，车内虽闷热但没有达到马上开启车门和破窗应急预案的紧急程度。

## 火车停运乘客破窗，凸显应急能力不足

这次事故并没有造成人员伤亡，车上也没有接到撤离车厢的通知。工作人员可能因此凭经验判断，只需要等一等就能恢复运行。所以，滞留期间只为车上的小孩和老人免费发放了矿泉水，却忽视了此时通风才是旅客的“刚需”。既然列车备用通风系统没有启用，车上工作人员应该及时联系上级调度部门，请示是否可以开窗或者采取其他应急措施，毕竟旅客生命和健康大于天。而该次列车工作人员给予旅客的回应只有“等待通知”。当前，铁路事故的应急救援确实有法可依，有规可循。但是，无论是《铁路交通事故应急救援和调查处理条例》，还是《铁路交通事故调查处理规则》，对既无人员伤亡也无重大财产损失的一般事故，尤其是较轻类型的事故，仍然缺乏足够的关照。

这次事故如果发生在其他季节，而不是暑运期间，也许根本不会发生旅客自行破窗的行为。但在高温天气下，在长时间的滞留中，这种极端行为

并非不可理喻，也未必是仅此一例。据报道，警方事后并没有对砸窗的旅客进行拘留，仅对其进行批评教育。这种从轻处理，或许就是体谅到了当事人的“迫不得已”。铁路部门应在暑运之前做实做细应急预案，明确各类突发状况的应对措施，并将其作为业务规范的重要内容落实在工作中，真正做到“人人会应急”。

只有把问题想在前面，把预案落在实处，才不会在事故发生之后机械地等待通知，陷入被动。

“旅客至上”是铁路部门的服务理念。但是，这次面对突发状况，一些车上工作人员首先想到的不是旅客有什么需求，而是自己如何避免承担打破常规的责任。这应该也是当晚该次列车工作人员缺乏服务主动性，不能共情旅客的重要原因。

损失不大，反响不小，这次事故着实敲响了一记警钟。由此，铁路部门不仅要继续完善规则，明确标准，还应在提升应急能力的同时提升服务意识。

## 铁路工作人员的思路应从管理思维转向服务思维

铁路方面的情况说明，基本上呈现了当时的现场情况，以及“砸窗”事件发生的来龙去脉和整个处理过程。透过情况说明，我们可以感受到，在有限的人力下，当时列车工作人员已经做了相当多的工作。

不过，此事之所以引发争议的关键点就在于，车内环境到底闷热到什么程度，才算达到了紧急情况？

人们对闷热环境的感受是主观的，从情况说明中可以看到，有一位50多岁女性已经出现了头晕症状；现场视频也显示，乘客们满头大汗，工作人员的后背也基本汗湿；再加上长时间的等待……这些或许就是为什么有乘客“敢于”做出砸窗举动的诱因。

当然，破窗并不是唯一的，或者说最后的措施了。比如，车门还未开启。按理说，从紧急程度来判断，也应该先是打开车门通风后，如果乘客们还是感到不适，最后才是进行破窗处理。

当然，工作人员之所以对打开车门或破窗持谨慎态度，是因为这也存

在一定的风险，比如有些旅客可能擅自下车造成其他安全事故。

这并非随意揣测，情况说明便指出，客车滞留线路两侧无站台、车门离地面高度超1.5米、事发时为夜晚、车外无照明、开启车门可能存在旅客下车摔伤人身安全风险。当两种风险发生冲突，列车工作人员最终还是选择了保守一点的方案。

这件事情反映出，应急的场景往往是复杂的，也充满了不确定因素。从结果来看，这次事故并未造成人员伤亡，最大的损失可能就是那块玻璃，但留下的启示价值并不小。为了避免类似事件再次发生，可能需要转变工作思路：从管理思维转向服务思维。

乘客付费购买乘车服务，首先是服务对象，而不是管理对象。他们的感受和意见，应该被放在更重要的位置。如果从这一角度出发，或许就会有不一样的判断和措施。

综合自红星新闻、新京报等

(谕路 整理)

## 充电宝企业的“急刹车”里藏着多少隐忧

□ 王志高

据媒体报道，7月6日凌晨1点，深圳罗马仕的员工还在睡梦中，手机突然弹出一条通知：“公司停工停产6个月，首月发全额工资，次月起按最低工资80%发生活费。”有人正出差在外，报销单还压在酒店前台；有人刚结束加班，发现门禁权限被锁，工作群被禁言。这场“半夜突袭”的停工通知，把这家曾靠充电宝红极一时的企业，推上了舆论的风口浪尖。

表面看，停工是“市场环境变化和业务发展需要”，但细究起来，更像是企业长期积累的问题的集中爆发。员工透露，充电宝召回工作仍在进行，客服部还在招临时工，可7月1日店铺账户已没钱；工商信息显示，法定代表人刚变更，全资控股的江门公司也同步停工——这些细节拼凑出一条清晰的危机线：从资金链紧张到内部管理混乱，从消费者信任流失到员工权益受损，罗马仕的“急刹车”，实则是企业经营风险的集中暴露。

最刺痛的是员工的处境。被“半夜通知”的无奈，报销无门的焦虑，维权无果的无力，每一个细节都在拷问企业的基本责任。企业遇到困难可以理解，但“突然袭击”式的停工，既不尊重员工的知情权，也暴露了对劳动法规的漠视。当员工连“被商量”的机会都没有，又何谈“共渡难关”的凝聚力？

更深层的隐忧，在于整个充电宝行业的脆弱性。这些年，充电宝从“出门必备”沦为“桌面摆件”，市场需求饱和、同质化严重、技术门槛降低，中小企业本就举步维艰。罗马仕曾是头部品牌，却因盲目扩张、库存积压、资金链断裂等问题陷入危机，本质上是行业洗牌的缩影。当资本热潮退去，当消费者不再为“性价比”盲目买单，那些靠“赚快钱”起家的企业，终将被市场淘汰。

但淘汰不该是“一停了之”。企业有困难，员工有权益，消费者有期待，三方本可以找到平衡点：企业若实在撑不住，能否坦诚沟通、依法赔偿？员工若愿意留下，能否协商过渡方案？监管部门能否介入，督促企业履行责任、保障消费者售后？毕竟，一个企业的倒下或许是市场规律，但如果伤害了员工的基本权益、透支了消费者的信任，那损失的不仅是企业本身，更是整个行业的口碑。

现在，罗马仕的员工还在等报销，消费者还在等召回，行业还在等答案。这场“急刹车”或许能给企业喘息之机，但更重要的是，它给所有企业提了个醒：经营可以有起伏，但责任不能“急停”；市场可以有波动，但信誉不能“打折”。毕竟，能走得远的，从来不是靠“突然刹车”的企业，而是那些把员工、消费者、责任都放在心上的“长跑者”。

## “家委会”不是乱收费的“挡箭牌”

□ 许朝军

近日，有市民在东莞问政平台上反映“东莞光明中学毕业班以建孔子像为由，向每个学生收取30元费用”，质疑学校收费不合理。后学校负责人回应称，经了解，孔子像系初三毕业班家委会自发倡议组织，由家长自愿捐赠。学校收到反馈后，立即与家委会进行了沟通。后续家委会会继续征求家长意见，视家长意见再决定要不要捐赠孔子像。

“家委会”是由家长代表组成、旨在增强家校合作、协助学校班级管理的组织。不难发现，“为学校捐建孔子像”实非“家委会”职能职责。从育人角度而言，学校建孔子像无可厚非，“家委会”可以建议学校建设到位，但筹集资金捐建却明显不该是其操心的事。有家长投诉反对，也说明其并没有科学精准地代表家长民意。

事实上，类似“家委会组织”的行为和现象在现实中早已不是新鲜事。不少额外教育收费行为和统一出资为学校班级和学生购置物品用品现象，大都美其名曰“家委会自愿”。这样一来，学校似乎是没有参与也无须担责的。

殊不知，“家委会”虽然是配合学校班级管理的社会力量，但学校和班级以及班主任也承担着指导引导规范等监管责任。学校和班级、老师一旦发现“家委会”行为异常或者超出职责职能并影响

育人功能发挥，有责任通过叫停、制止、向上级部门反映等措施，及时规范和指导。之所以现实中频频上演“家委会”决定及其组织的收费行为，关键是学校和班级都对这些行为视若无睹，甚至把“家委会”当做了某些上不得台面的收费行为的“挡箭牌”，抱着“我不知道我没错”、“‘家委会’决定与我无关”的管理谬论。

“家委会”不是乱收费和乱作为的“挡箭牌”，“家委会”的功能错位更亟需修复。一方面，按照“教联体”建设要求和家校社共育工作要求，教育部门和学校要科学定位“家委会”职能和作用，规范成立程序、建立管理章程、规范管理行为等，让其回归于合作共育、监督配合、服务育人的定位，而不能“功能错位”，行为走偏走畸。同时，要从严规范学校管理，将打着“家委会组织”“家长自愿”的乱收费、乱作为行为，纳入整顿治理重点，从源头上杜绝拿“家委会”当“挡箭牌”的乱象。

另外，“家委会”成员也需清晰认知自身定位：作为家校沟通的桥梁，应聚焦配合学校落实教育举措、反馈家长合理诉求。在“教联体”建设背景下，更要严守职责边界，不能因追求个人威信、过度干预教学，或受其他因素影响，做出越位之举。始终以服务学生成长为核心，在协同育人中发挥正向作用。