

女医生看病效果更好?

张弓

看5月31日的《生命时报》，头版头条的标题就吸引了我——《女医生看病效果好》。

这是一篇专家访问记，被访问的是中国女医师协会健康教育专家委员会副主任姜萍。她介绍的是美国加州大学洛杉矶分校的一项研究。该项研究证明，医生性别与患者临床的疗效存在一定关联。

这项研究随机抽取了77万余名老年患者的数据，其中男性31.9万名，女性45.8万名，均于2016年至2019年因病住院并接受治疗。针对这些患者，研究人员统计了30天的死亡率和再入院率，并根据患者、医生特征及医院水平进行相应调整。在被调查者中，分别有9.8万名男性和14.2万名女性由

女医生进行治疗，结果发现，与接受男医生治疗的患者相比，接受女医生治疗的患者死亡率较低，再入院率也较低。如果患者初次接诊时由女医生接诊，患者在出院30天内返回医院的可能性较小。研究人员还发现，女性患者从这种“女医生效应”中受益更多——女性患者由男性医生与女性医生治疗的死亡率，分别为8.38%和8.15%，两者相差0.23%。差别虽然不大，但对于每年老年人死亡400万例的美国来说，不是一个小数目。

科学研究自然不能停留于发现某种现象上，还要找出这种现象背后的原因，这样才能对实践有指导意义。韩萍认为，男女医生在诊疗上的差异，可能是女医生在诊疗实践中，有些方面做得更好一些。比如，女医生更擅长于沟通，易于与患者建立起信任，使患者感觉舒服；女医生更严格遵守医疗指南，在制订手术计划时更加仔细。从性别的特征上来说，男性可能更加粗

放，女性可能相对细腻。女医生能在精神和心理层面提供更多的慰藉和鼓励——在面对重大疾病时，安慰的话语能让患者减轻焦虑，建立信心，肯定有利于疾病的治疗。

我国也曾就多家三甲医院近4000名内科医生治疗的7.9万例患者进行调查，发现了一个有趣的现象，即男性医生治疗患者的费用，比女性医生高出4.1%，但韩萍没有说出个中原因。

我以为，对于美国的这项研究，还是要辩证地看。因为，他们研究的对象是美国老年患者，美国老年人和中国老年人的心态，不能画等号。同理，被研究的医生，是美国的男女医生，与中国的男女医生在诸多方面也肯定存在差别。所以对对这个研究结果，不能完全套用到我们的求医生活中。而且，他们研究的内容，侧重于医疗作风、态度方面的性别差异，而我们在选择医生时，更为看重的肯定是医术和医德。找医生，首先要按病情找到

专业相符的医生；在同样专业水平的医生中，会找医德更好的。如果医术与医德都令人称道，才会考虑考虑性别。我们民间还有一种未经科学研究的土说法，“技术好的医生态度差，态度好的医生技术差”。

但是，对于医疗人员来说，这个研究很有价值。仅仅因为男女医生在医疗态度上存在那么一些差异，却会造成如此严重的后果，绝对不当一回事。就按美国每年死亡400万老人来计算，女性患者由男医生治疗的死亡率比女性医生治疗的高0.23%，这个数字不小。截至2023年末，中国老年人口超2.9亿人，如果上述差异也存在的话，数字更是惊人，那可是谁都不能忽视的。

这样一件大事，你说应不应该当回事?人民日报主管的《生命时报》，把对加州大学这项研究的报道放在头版头条，做成通栏，还加上醒目的标题，完全显示出编辑部对事关老人生命这件大事的足够重视。

谨防“借调”的干着、“在编”的看着



蒋成

借调范围广、借调时间长、借调频率高、借调人员多……近年来的地方在借调干部方面存在泛化倾向，甚至出现了“借调”的干着、“在编”的看着现象。过度借调，不但影响了干部队伍的稳定和培养建设，更易滋生懒政怠政，须下大力气纠治。

2024年中央一号文件指出“县级以上机关一般不得从乡镇借调工作人员”，中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制会议也提出“健全规范管理制度，严控从县以下单位借调工作人员”。

记者在调研中发现，基层单位对上随意借调人员颇有微词。有的单位借调人员数量接近甚至超过自身在编人数。同一性质部门，只要上级开口要人，下级一般遵从，就算性质不同，部分有较强话语权的部门也能轻易实现跨领域、跨部门借调。

过度借调，已经背离借调的初衷。对被借调单位来说，被借调干部往往是骨干力量，人被抽走后一些重要岗位业务运转艰难。对借调单位来说，被借调人员承担的工作逐渐演变为常态化工作，助长了慵懒之风。对被借调人员来说，归属感、获得感下降，评优和晋升机会减少，工作

积极性受挫。

刹住过度借调的不良之风，要进一步完善制度建设，加大监督力度。借调本意是为促进干部交流培养，但往往存在“程序后面再补”“人去了再说”等随意性，需从制度上进一步明确借调的条件、程序、期限、借调人员比例上限等，防止借调扩大化、随意化。

刹住过度借调的不良之风，要进一步追问借调单位机构设置、编制安排是否合理，人岗是否匹配。现实中，一些单位存在人、岗、编不一致现象，有的科室处室“官”多，“兵”全靠借调。这就要考量借调人员较多的单位机构设置合理性，进一步提高机构编制管理的科学化、规范化、法治化水平。

刹住过度借调的不良之风，要深入挖掘本单位干部潜力。一位被借调到上级部门的同志反映，在借调他的单位，不管是日常工作还是专项工作，甚至活动、会议的筹备，材料的写作，都能成为借调理由，借调人员是工作执行层面主力，在编人员更多的是给予方向性指导。须下大力气铲除在编干部“慵懒病灶”，对于“躺平”“侧卧”的干部，要树立起鲜明的绩效考核导向。

规范借调工作是为基层减负的应有之义。各级机关针对过度借调，应反躬自省、举一反三，下大力气建设好管理规范、权责清晰、科学高效的干部队伍。

消费者无理由退货权不该被滥用

史洪举

近日，浙江金华一家网店店主反映，黑龙江某高校多名学生网购衣服，400多条裙子在穿过之后，遭集体退货退款。很多衣服没有包装、有异味，严重影响二次销售，店主损失超8000元。目前，店主已向学校及行政主管部门投诉。无独有偶，6月3日，浙江湖州一网店老板徐女士称，陕西汉中勉县一幼儿园的老师共下8笔订单网购演出服，在衣服使用后，对其中5笔发起退货申请(6月11日澎湃新闻)。

七日无理由退货规则的实施，对维护消费者正当权益，倒逼经营者提高商品及服务品质不无益处。但上述“滥用无理由退货权”现象，不仅刺痛了商家神经，也让公众对退货者的动机产生怀疑。

根据《消费者权益保护法》及《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。之所以赋予消费者“后悔权”，主要是因为网购这种形式还存在不少欠缺。如，消费者选购商品时大多通过图片、介绍、评价来综合判定，无法通过观察、触摸、试用真实商品来体验。在信息不对称格局下，消费者往往会得出有偏差的判断，进而购买不太理想的商品。七日无理由退货权有效扭转了消费者的劣势地位，填补了这一权益洼地。

但是，无理由退货不能异变为“无理退货”。权利可以依法行

使，但不能滥用，任何人行使权利应遵循诚实信用原则，不侵犯他人合法权益。对于普通消费者来说，购买衣服试穿后发现不合适，当然可以无理由退货。但是，对于高校或者幼儿园而言，大批量、有组织地购买服装并在演出之后退货，涉嫌滥用无理由退货权。

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定，消费者退回的商品应当完好。服装、鞋帽、箱包、玩具、家纺、家居类商品，出现商标标识被摘、标识被剪，商品受污、受损情形的，视为商品不完好。即涉事高校学生退回的商品是否真的适用无理由退货规则，有待进一步查证。

此事之所以引发关注，就在于批量退货确实影响商家的正当权益。对此，电商平台应注重规则的合理性和公平性，对于确实影响商品完好属性的退货，应支持商家予以拒绝，不能总是迁就滥用权利的一方，或者迫于差评、投诉而不敢说“不”。

类似事件屡屡发生，凸显了一个共性问题，即有的学校将演出任务摊派给老师或班级，却没有拨付经费。以至于原本经济就不宽裕的学生还要负担不菲的演出费用，且很多演出并非可以经常穿着的普通衣服，演出之后无法再行利用，老师和学生于是通过退货来转嫁成本。因此，相关部门在组织类似活动时，理当考虑经费问题，减轻学生负担，避免传导不切实际的压力的，逼迫学生采取滥用无理由退货权的下策。

广州地铁推出个人广告业务爆火：让城市空间更具烟火气

戈岩平

“被指到的人，请立即下班，不用怕，今天生日我最大。”“我摊牌了，不装了，我是来求职的！我勇敢地给自己打广告了，你勇敢地招了我吗?”……

近日，广州地铁推出个人广告业务，市民可在地铁站内的广告屏幕上投放生日祝福、求职信息、相亲广告等个人内容。只要通过相关微信小程序在线下单，提前5天预约投放时间，就有工作人员负责对接。个人广告业务因其接地气、贴近生活等特色，获得市场的正向反馈，访问量、成交量持续攀升，被网友称为“E人屏”。

据报道，广州地铁的个人广告价格从380元至999元不等，覆盖生日祝福、婚庆、个人展示、家庭亲子、交友活动、宠物、明星应援等多种类型。这一广告新形式不仅为广州地铁带来了新的营收增长点，也为市民提供了一个展示自我、表

达情感的平台。在这个平台上，每个人都可以成为广告的主角，用自己的方式讲述自己的故事，让人们在有温度、有烟火气的地铁空间中，感受到日常生活的惊喜和仪式感。

“E人屏”的出现，打破了公共空间由各类宣传标语和商业广告主导的局面。相比于以往重复而单调的商业广告、宣传口号，充满生活气息的“E人屏”广告，更能触动人们的情感。正如一位网友所感慨的：“好棒，小人物的生活突然就被放大了。”

一座城市有一座城市的优雅，地铁空间作为市民每天需要密切接触的城市空间，不能一味强调“一刀切”的统一风格，更应成为一个展示生活、传递情感的平台。地铁个人广告，洋溢着浓浓的人情味和烟火气，其中蕴含的管理智慧，让人们体会到城市的多样性和包容性，感受到每个人都可以成为城市故事的主角。

漫画角

难解的结

发生纠纷，任由平台坐看消费者和卖家“斗法”，绝非法律本意。今年5月底，吕先生在“闲鱼”平台购买了一款抽油烟机，付款后卖家一直未发货。再联系卖家时，对方不回短信，不接电话。他向平台投诉后，平台说联系不上卖家，只能对卖家的账号进行管控。针对吕先生提出的“平台能否从卖家的保证金中拿出2389元偿还自己”，“闲鱼”客服回复，目前平台无法通过这种途径为吕先生还款，只能由卖家为吕先生还款(6月11日《新京报》)。

王少华 绘



婴幼儿托育照护刚需不足需多方纾解

郑建钢

宁波市卫健委的统计数据显示，截至2023年底，全市经卫生健康部门备案管理的托育服务机构可提供托位4万余个，托位使用率近七成(6月11日《宁波日报》)。

按理说，3岁以下婴幼儿的托育照护，是许多职场年轻父母的刚需，托育服务机构应该业务繁忙才对。没想到，我市尚有三成婴幼儿托位虚位以待，造成托育服务机构资源利用不够充分，运营压力增大。

推进婴幼儿照护服务，及时做好托幼、就学等方面的保障，尽早

解除二孩、三孩生育可能面临的诸多后顾之忧，是激励二孩、三孩生育的重要环节。从鼓励生育角度来说，托育服务机构只能加强，不能削弱。

目前，不少家长对科学育儿的重要性、科学性缺乏应有的认识，存在不少误区。有的嫌托费、伙食费比自己照料的支出高，担心托不起；有的倾向于由祖父母或保姆照顾；还有的干脆夫妻中的一方辞职在家照顾；还有部分家长担心孩子送托后的安全问题，想送不敢送……

这些顾虑，导致许多托育服务机构生源不稳定，开班成本高企。

针对托育机构服务资源利用不充分、经营压力大的窘境，一方面，社区、医院、学校、托育机构等应结成共同体，加大服务供给、提升服务品质；相关部门也要联动起来，建立常态化监管体系，确保孩子送托后的安全。另一方面，年轻父母需树立正确的科学育儿观，提高对婴幼儿科学照护重要性的认识，让孩子通过托育服务融入集体生活，发挥潜能，为健康成长打下坚实基础。

与此同时，还应该积极鼓励有条件的社会力量参与普惠性、公益性托育服务体系建设。据媒体报道，

镇海石化海达幼儿园一办就是近半个世纪，月收入千余元，师资、食宿可靠……其成功经验表明，有条件的企业办托育机构，对企业员工来说是很大的福利。鼓励社会力量参与普惠托育服务体系建设，哪怕有这样那样的困难，只要有方方面面的支持和帮助，还是能够坚持下来的。

实践证明，只有盘活各种社会资源，构建多元化的婴幼儿托育服务体系，为鼓励、提升育龄夫妇生育意愿创造更好的条件，积极构建新型托育文化，才能进一步释放生育潜能，营造促进人口长期均衡发展的好环境，推动生育友好型社会建设。

开个门还要连开3个App:这种老大难不该持续

丁慎毅

“小区新换门禁系统后，我下了开门的App，每次打开会弹出‘摇一摇’广告，手微微一动就跳转到购物平台了。”近日，上海的杨女士倾诉了自己的苦恼。记者体验发现，一旦中途不留神晃动手机，开个门的工夫就能连续跳转2个购物平台，加上本就要使用的App，每次回家得先关闭3个应用(6月11日上海新闻)。

刷脸、按指纹或输入密码开门，都是为了方便，有必要弄个App这么复杂吗?据说它可远程操作开门，但到小区门口的居民，根

本没必要远程开门。真正有需求的，是亲友来访，居民可以在家远程开门。但这也不需要App，只要打个电话，告诉保安一声就可以了，或者加上来访人员登记，这同样不麻烦。物业部门非要搞开门App，恐怕与赚钱有关。

“摇一摇”跳转广告的问题由来已久，其“霸王跳转”至今仍遭用户吐槽，似乎成了治理的老大难。

没有法律吗?《互联网弹窗信息推送服务管理规定》《互联网广告管理办法》等法规先后出台，明确“利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络”“违

反规定的，由市场监管部门责令改正，对广告主处五千元以上三万元以下罚款”。

没有治理吗?早在10年前，国家网信办等部门就联合开展“整治网络弹窗”专项行动，一直持续到现在。

没有标准吗?2023年2月，在工信部指导下，有关机构联合多家行业重点企业制定并发布实施相关标准，确保用户在走路、乘车等日常生活场景中使用时，不会发生误触。

没有司法案例吗?2023年2月，因不满多次被动触发“摇一摇”开屏广告，武汉大学学生张馨

月，以某App侵犯其自主选择权为由，将该App运营方告上法庭。法院判决运营方停止侵权，保证非用户主动触发跳转的情况下，不会进行误导、强迫跳转。

那为何直到现在，连物业公司都自主开发这种带有“摇一摇”跳转广告的App呢?究其原因，在于“想不想点跳”，是用户的态度；能不能让用户跳过，就是本广告的本事”这种动机，根源是违法成本低、维权成本高。

据了解，这类广告通常按曝光量收费，一次曝光为0.015元至0.03元，最低1万元即可起投。由于量大面广，执法成本高、取证难，加上用户“多一事不如少一事”的心理，处理起来并不容易。

小区更新门禁系统，包括居民使用什么方式开门，不是物业说了算，而应业主委员会说了算。如果业主委员会不同意，小区物业则无权让居民下载开门App。如果小区没有业委会，物业也要向所在街道社区征求意见。即使涉物业开发的App，广告收入用于小区建设和业主分红，这个App也要达到国家有关部门的标准以及行业规范才行。在这里，涉物业公司显然已涉嫌违法。

老大难的问题不能一直持续。与其总用常规办法事倍功半，不如创新治理求得事半功倍：或者通过科技赋能，让监管技术始终高于违法技术，把违法行为彻底压住，或者通过司法创新，让违法代价大大高于违法成本。

关于樟溪路杭甬高速下穿排涝工程施工期间交通管制的公告

(2024年第37号)

为确保樟溪路杭甬高速下穿排涝工程建设顺利进行，根据《中华人民共和国道路交通安全法》第三十九条的规定，决定自2024年6月17日至2025年12月31日对樟溪路部分路段进行全封闭施工，全天禁止一切行人、车辆在樟溪路(杭甬高速-宁波市给排水公司西门)路段通行，保留宁波市给排水公司西门出入口，保证行人、车辆进出；钟公庙街道安乐园进出行人、车辆改从广德湖路西辅道进出。

受交通管制影响的单位和市民请提前做好工作和生活，选择好出行线路，并根据现场交通标志、标线指示自觉遵照执行。请社会各界和广大群众给予理解和支持。

特此公告。

宁波市鄞州区南部新城市政园林建设有限公司

宁波市公安局交通警察局

2024年6月12日