

全方位筑牢公共交通安全防线

——东京地铁沙林毒气恐袭事件的警示

□ 张成利

在全球化及逆全球化并存的时代，各类恐怖袭击事件时有发生，不仅给事发地带来巨大恐慌，也让国际社会安全面临严峻挑战。1995年3月20日，日本东京发生了震惊世界的首起地铁恐怖袭击事件，多个地铁站遭受沙林毒气侵袭，致使13人死亡，6000多人中毒受伤。由于该事件社会影响大、危害范围广，不仅在日本民众心中留下了难以消散的阴影，也引发了国际社会对公共交通安全问题的反思。

一个寻常的早晨，致命毒气在日本地铁里悄悄散开

东京是亚洲第一个开通地铁的城市，每天有超千万人乘坐地铁，这样的规模使东京地铁成为世界上使用人次最高的轨道系统。1995年3月20日上午8点左右，一个寻常的上班早高峰，东京市中心的五班地铁上同时出现了可怕的现象：突然之间，众多乘客开始连续咳嗽、流泪不止，几分钟后，有的乘客出现呼吸困难、双目失明的症状，更有人口吐白沫、四肢抽搐，直接倒在了车厢里和站台上。该事件造成日本政府所在地及国会周围的数条地铁主干线当天被迫关闭，多个主要地铁站受到影响，东京交通陷入一片混乱。

事后证明，这是一桩有组织、有预谋的沙林毒气恐袭事件，始作俑者是日本名为奥姆真理教的新兴宗教组织。沙林是一种毒性很强的无色液体，容易与水混合制成极具挥发性的毒气。沙林毒气可以通过呼吸道或者透过皮肤侵入人体，使人出现中毒症状，轻者出现胸闷、视力模糊、呼吸困难、剧烈抽搐等症状，重者几分钟内就会窒息死亡。事发当天，数名奥姆真理教成员将装有沙林混合液的容器（塑料袋、瓶子）用报纸包着，悄

悄钻进了千代田线、丸之内线、日比谷线上的五班地铁里，混在上班的人群中，然后将容器放在多个车厢地板上，再悄悄用磨尖了的伞头戳破容器，让沙林毒气自行挥发到空气中，最终导致13人死亡，6000多人中毒，部分幸存者至今仍遭受沙林毒气后遗症的折磨。

东京地铁沙林毒气恐袭事件带给我们什么样的警示

伴随经济高速增长和现代化进程的顺利推进，目前我国已成为世界上最大的地铁建设中心，城市轨道交通运营里程跃居全球第一。保障交通运营安全、构建平安出行环境是完善社会治理体系、维护国家安全和社

会稳定的重要前提。反思东京地铁沙林毒气恐袭事件，对我们有如下启示。

提高地铁等公共交通的安全防范意识。东京地铁沙林毒气恐袭事件并不是个案，该事件前后，日本的松本市区、横滨地铁站、东京新宿地铁站均发生过不同程度的投毒事件，充分暴露了日本政府及地铁运营单位的监管疏失。事实上，能够将有毒有害物品带上地铁并引发公共安全风险，安全防范不够是主因。随着现代社会经济的快速发展，地铁已经成为人们出行的重要交通工具，然而地铁系统空间狭小、人群密集、通风有限，一旦发生突发事件，人员疏散十分困难，极易造成群体性伤亡事故。因此，保障地铁等公共交通的安全运行，对于保障人民群众生命财产安全、维护社会稳定具有重要意义。首先，完善地铁等公共交通的安全防范制度，明确人员岗位职责，落实安全管理措施，保障相关经费投入，及时配备、更新防范和处置突发事件的设施设备。其次，鼓励推广应用智能安检新产品，逐步建立与轨道交通客流特点相适应

的安检新模式，守住公共交通的“最后一道防线”。最后，加强政府部门、公共交通运营单位与社区街道之间的协调联动力度，鼓励多方力量参与安全协同防范工作，发展壮大群防群治力量，筑牢公共交通安全防控的群众基础。

提升危险化学品重大安全风险管控能力。东京地铁沙林毒气事件，是在和平年代发生的世界上最大的一次神经性毒剂中毒事件。起初，因为不知道是人工投毒，当车厢里发现多处用报纸包住的容器时，并没有引起重视并得到妥善处理，有乘客直接将其踢出车厢，结果造成毒气进一步扩散；有地铁工作人员登车检查处理，结果检查人员也发生了中毒；有的人还把异物带回了办公室，引起办公室人员中毒。该事件警示我们，化学武器的制造、储运和投放比其他大规模杀伤性武器更加方便，像沙林这样的危险化学品一旦被非法分子利用，对社会的危害程度和影响范围难以估量。为此，有必要系统提升危险化学品重大安全风险管控能力，为构筑全面风险防控体系筑牢根基。一是严格实行危险化学品登记制度，为危险化学品安全管理以及危险化学品事故预防和应急救援提供技术、信息支持。同时，对从业人员进行安全教育、法治教育和岗位技术培训，严禁任何单位和个人违反限制性规定生产和使用危险化学品。二是建立强有力的危险化学品事故应急救援组织，配备救援人员和救援器材、设备，并定期组织应急救援演练。针对危险化学品事故，充分发挥专家队伍和专业人员的作用，依据不同地区的危化品性质和潜在事故

风险制定应急预案，丰富救援手段，避免因次生事件扩大事故影响。三是加强公众应对危化品突发事件的培训教育，通过宣讲典型事故案例、实地演练等方式使公众增加对危化品的安全知识，了解发生化学事故的前兆异常，掌握常见化学品中毒的应急措施，提高公众自救和互救的综合素质。

积极构建坚实可靠的社会安全体系。日本奥姆真理教曾经制造过多起绑架、恐怖袭击等危害社会安全的事件，但日本政府并未及时采取相关措施，最终酿成东京地铁沙林毒气事件的人间悲剧，其造成的影响至今难以磨灭，我们应从中吸取教训。一方面，我们需要系统开展情报搜集、背景调查、风险防范、事故处置等工作，健全反恐维稳常态化工作机制，对任何预谋、策划、领导、参加恐怖活动的非法组织予以集中取缔。同时，特别是针对具有极强隐蔽性和顽固性的邪教组织，还要将反邪教工作纳入社会基层治理，避免恐怖主义与邪教势力相互勾连。利用大数据平台和网格化管理对邪教组织摸底排查，建立反邪教台账做好信息登记，充分发挥各地反邪教协会等社会组织的积极作用，严防邪教信息在群众生活中滋生蔓延，将邪教势力消灭在萌芽状态。另一方面，加强基层社区工作人员反邪教、防暴恐专业知识培训，通过多渠道、多形式开展警示教育宣传活动，提高公众对邪教组织和恐怖主义活动的警惕性和鉴别力，在不断深化反邪教和反恐斗争中构建起高水平社会安全体系，这也是新形势下践行总体国家安全观、完善社会治理体系的必然要求。

风险治理与应急管理

典型案例

为新就业形态劳动者权益系上“安全带”

——以快递小哥权益保障为例

□ 张铁军

加强灵活就业和新就业形态劳动者权益保障，是全国两会上代表委员持续关注的焦点。今年全国两会上，有多位代表委员提出相关建议和提案。在“互联网+”与数字经济的时代背景下，灵活就业和新就业形态逐渐成为推动经济发展和稳就业的重要力量。近年来，我国快递行业保持高速增长，“等快递、收快递、发快递”已成为中国居民的日常必备，快递小哥作为快递行业中的“最后一公里”，也成了人们每天都在打交道却不甚了解的“熟悉的陌生人”。

快递行业作为我国近年发展最快的行业之一，快递企业业务量与收入增长率远高于全国GDP的增长速度，吸纳大量就业人员，为农民工由传统建筑业、制造业向服务业转移提供了众多岗位，同时也为钢铁、煤炭等传统产能过剩行业去产能转岗职工安置拓宽了新就业渠道，发挥了重要的就业“蓄水池”功能。与此同时，由于受“互联网+”与数字经济的深度影响，传统快递业与网约配送业以及其他新就业形态的业务边界不断模糊，快递企业、网约配送及其他各类平台企业用工互相影响，从业人员频繁交叉流动，处于快递行业“最后一公里”的快递小哥的权益保障问题也日益凸显。

在“互联网+”与数字经济的推动下，快递行业孕育出多元化的经营模式。其中，不同模式下一线快递小哥的权益保障呈现出明显的分化。在直营模式中，快递公司完全控制服务链条，从收件到派送，确保了服务的

质量与效率。这种模式下的快递小哥，通常享受稳定的岗位、社保福利及公司培训，展现出较好的权益保障。相对之下，加盟模式将部分业务外包给本地加盟商，由他们负责地区内的配送服务。这种分散的管理容易导致快递小哥的权益保障水平“大打折扣”，尤其是在那些为降低成本而削减福利的加盟商下。

在混合模式中，直营和加盟是其显著特点，在核心地区采用直营保证服务质量，而在拓展区域采用加盟模式以实现快速扩张。这导致快递小哥在不同区域内的权益保护存在差异，核心区域可能近似直营标准，而其他地区则受加盟商影响较大。通常情况下，加盟模式进一步模糊了快递小哥的劳动属性，将快递小哥作为独立承包商，不享有正式员工的福利和保障，承担更高的风险。而在跨境电商物流模式下，由于合作伙伴的多样性，快递小哥的权益保障更依赖于公司的管理体系和规模。显而易见，大型企业提供的保障较为可靠。此外，快递小哥的薪酬结构同样复杂多样，从“底薪+计件提成”到完全的“计件提成”以及“揽件收入”，增加了他们权益保障的不确定性。

在数字经济的浪潮中，快递行业已成为新就业形态的代表，为经济注入活力并拓宽就业渠道。然而，传统的劳动法规未能适应快递小哥等新兴职业的需求，导致他们在法律身份、权利义务关系及社保参与等方面遭遇现实挑战。数据显示，仅43%的新就业形态从业者与平台签订劳动合同，而28%无任何合同保障。我国现行针对劳动者的社会保护制度源于新中国

成立初期的劳动保险和计划经济时期的国营企业劳动保险，其对劳动者权益的保障属于“单位关联型”，难以适应当前的平台就业灵活化、劳动参与方式多元化的劳动力市场。这也导致许多快递小哥处于劳动权益的灰色地带，无法享受应有的法律与社会保障。

此外，当前的社保系统又与户籍挂钩，使得未签合同的快递小哥面临更高的保险门槛和更低的保障水平。一些快递企业、加盟商以及众包单位为了降低成本、规避用工主体责任，通常采取社会化用工方式，或将劳动用工外包给第三方企业，或以加盟等方式用民事关系代替劳动关系，甚至诱导劳动者注册为个体工商户，导致管理无序、保障缺位。这种状况不仅对快递小哥个人权益构成威胁，也反映了我国劳动保障体系面对新就业形态的挑战。

在数字技术快速发展的时代背景下，劳动市场的动态性与复杂性日益增强，快递小哥和其他新兴就业形态的劳动者正面临着一系列复杂的权益挑战。如何“系紧”这一群体权益保障的“安全带”，已经成为社会治理的一个重要议题。

首先，构建包容性的治理结构。通过对快递小哥等灵活就业者量身定制具有适应性的法律和制度框架，明确他们的法律地位，规范他们与平台企业之间的互动，确保他们的合法权益得到有效维护。这不仅是对现有法律体系的有益补充，更是对劳动市场治理结构的创新性强化。

其次，完善治理体系。打破传统的社会保险参保限制，建立一个多层

次、多样化的社会保险体系，为新就业形态劳动者提供灵活的缴费模式和基数选择，鼓励他们根据自身情况选择最合适的参保模式，从而提高参保率与覆盖面。同时，建立全面的职业伤害保护制度，确保从参保登记到伤害认定、赔付以及信息管理的每一个环节都能有序进行。对于经济困难的群体，实施社会保险补贴政策，以减轻他们的经济压力，确保他们能够获得必要的社会保障。

再次，提升治理能力。加强监管并提升平台企业和劳动者的自我管理能力和自我管理能力，以确保企业尊重并公平对待所有劳动者。同时，完善行业准则和标准，促进企业自我约束，以及积极履行权益保护职责。此外，通过培训、教育和技术支持等手段，加大对快递小哥等新就业形态的劳动者提供就业指导、职业培训和就业援助，帮助他们提升技能，拓宽就业前景，从而在劳动市场中获得更多的机会。

最后，强化平台企业的社会责任。政府和行业组织应通过完善行业规范和标准，推动平台企业加强自我约束，规范用工行为，确保快递小哥等灵活就业者享有平等待遇，并在企业与员工之间建立一个公开、透明、协作、协商的纠纷解决机制。这不仅是对积极履行企业社会责任的要求，也是对未来劳动市场治理模式的积极探索。



根据2023年中国旅游市场分析报告显示，全年国内旅游市场高潮迭起、活力满满、强势复苏。淄博、榕江、西安、南京、哈尔滨、成都、沈阳等城市纷纷“出圈”，尽管这些城市的“出圈”过程各有不同，但其共性是给游客以多元化、全方位城市体验。每一个火热“出圈”的城市看似偶然，实则必然，城市的文旅产业情况、资源禀赋、政府服务导向、市场成熟程度、社会关注度等成为城市能否“网红”的关键要素。

“网红”城市“出圈”是面向新时代城市发展的社会实践

“网红”城市发展不同于传统城市，其特质是由多个“网红”标签构筑，是线上空间与线下空间的融合体和利益共同体的综合作用。在“网红”城市形成过程中，“网红”原因、热度持续情况与城市发展定位等都会影响其“网红”程度和效度。从城市传播视角切入，“网红”城市呈现为媒介与社会的深度交融，在网络媒介环境中城市、媒介与人之间建立连接，进而不断更改物质空间、扩充精神空间、拓展关系空间，进行文化生产与再生产，提升城市“可见性”，进而引发“舆论热度”。其“出圈”形态大致有以下几种不同类型。

第一类具有鲜明风景特质。依托于互联网时代论坛、博客的兴起，在图文大范围流行下，如丽江、桂林、西藏、三亚等以风景名胜著称的旅游城市成为“网红”城市。这些城市以鲜明的风景特质、独特的景区景点吸引游客关注。

第二类具有区域性综合实力特质。其城市自身各具特色，如成都的舒适安逸，西安十三朝古都的文化价值，重庆的义薄云天，且城市自身也诞生许多“网红”景点，使其具备成为“网红”的潜质和魅力。

第三类具有讲述与传播特质。随着科技发展，借助社交媒体平台宣传，一些城市借助图文和短视频的赋能以此吸引游客注意力，推动游客参观热门城市或热门旅游空间。短视频高互动、强社交、移动性等特点调动了受众讲述“城市故事”的积极性。如长沙，通过“有趣”体验，实现“网红”地标的形成。

第四类具有情绪价值共鸣特质。随着旅游门槛逐渐降低，依托于人民对精神追求和自我满足的需求增高，城市已不再满足于宣传“吃喝玩乐”，而是不断提升城市品位和美誉度，加速整体旅游环境和服务提升。依托外部网络空间流量加持而产生人地关系重塑的化学反应，人们开始更加注重寻找城市与自身所产生的共振。淄博与哈尔滨同属于这一类型，凭借真诚打动游客，获得更好反馈。

新时代“网红”城市发展是坚持以人民为中心的发展思想的具体诠释，是践行习近平总书记“城市是人民的城市，人民城市为人民”发展理念的生动实践，其遵循的铁律是“人民至上”，不断传递城市品质。

让“网红”城市变“长红”才是面向未来城市持续发展的深远议题

“网红流量”的优势是能够迅速关注到一座城市，但“网红”城市实现“长红”的“留量”，不仅是提高服务质量等浅表性问题，更需要的是通过城市治理改善营商环境，通过“流量”的“走红”过程对城市增强信心。

首先，“网红”城市持续发展要激活“长红”动力。城市是创造高品质生活的主要空间载体。“网红”城市如何从阶段性“流量”转为持续性“留量”，构建高品质城市是关键。在流量时代，城市进入新的发展阶段，从对效率和规模的追求转向对城市发展品质的关注。城市的未来就是要建设以人为核心的品质之城，追求高效的服务性、敏捷的响应力、广泛的包容性、和谐的共同体，最终实现亲善的人际关系，保持持续“留量”。通过关注人们的需求，用真诚的态度、主动的服务、专业的营销，在城市治理实践中诠释政府的务实性与专业

□ 张丽新
黄嘉雯

『网红』城市发展理念变革背后的

性，将“网红”光环转化为可持续的流量变现和公共服务能力提升，将“网红流量”转化为真正的城市竞争力，使城市更加精细高效，让城市更加聪明、智慧，进而确保持续“留量”才是解决之道。

其次，“网红”城市持续发展要汇聚“长红”活力。一方面，从“网红”城市发展中可以看到，“网红”是方式而非目的，需要政府“有为而治”，让城市“经得起远眺”，更“耐得住回味”，需要城市精耕细作，让城市散发更多的“吸引力”和“活力”。另一方面，借“网红”之势，政府积极作为，优化公共服务，提升城市管理水平，通过多部门的联合行动与全民的配合参与，促进城市整体向善。同时，还要给游客更舒适的旅游体验，给市民更实实在在的生活改善，实现民众的需求和愿望，让城市治理品质更高，以“流量”效应带动城市高质量发展的各个环节，借势提升城市知名度和美誉度。这应是“网红”城市追求的“留量”远方。

最后，“网红”城市持续发展要专注“长红”潜力。“网红”城市的发展反映的是地方城市品质与营销的觉醒。一是通过对城市政治、经济、文化、社会生活和生态环境等多种资源系统整合，找到符合自身城市规律的发展路线。二是通过树立城市品牌，提高城市综合竞争力，吸引更多可用社会资源推动城市良性发展。一方面，“网红”城市的塑造不仅希望短期内吸引游客，更希望于长期促进城市经济发展。“网红”城市注重“关注”与“分享”价值，其本质是吸引更多公众注意力与关注度。而“关注”“分享”背后是人、财、物的流动，借此获得更多人口、资金、技术、信息等关键性发展资源，凭借“出圈”效应向经济社会各领域延伸，集聚优质要素，增强经济活力，使之成为培育新质生产力的生力军，从而在城市竞争中获得领先优势。从这个角度看，注意力就是生产力，用“网红”身份占据“网络”，实现真正“长红”，最终赢得“留量”。另一方面，“网红”城市发展因短时间内涌入大量游客而对市域社会治理和文化彰显提出挑战。因而，“网红”城市不应只关注城市经济发展，还应关注市域社会治理和城市文化符号，如未能与时俱进谋划布局，未能在热度之后形成核心吸引力，“流量”过后很容易被遗忘。说到底，保持持续“留量”的核心是对城市核心吸引力以及核心竞争力的深耕。

总之，“网红”城市的表层逻辑是注意力经济，但其背后深层逻辑是城市竞争的新模式。处于新发展阶段的城市要获得竞争力，需要从推动高质量发展、创造高品质生活、实现高效能治理的多维度入手，才能使城市经济的高质量发展突出重点、城市生活的高品质提级升级、市域治理的高效能温度可感。

