

记者追踪

消防突击检查解决“心头患”
甜蜜小镇业主这封信写满感激

贵州日报天眼新闻记者 高琴 摄影报道

日前，贵阳市云岩区消防救援大队对云岩区甜蜜小镇小区开展“不打招呼”式突击检查，面对物业公司的推诿敷衍，执法人员当场依法立案调查。随后，一封来自小区部分业主的感谢信在朋友圈流传。

事情的起因，源于“天眼问政”栏目于5月8日，就甜蜜小镇小区存在灭火器压力异常、溯源信息不符、电瓶车乱停乱摆、安保力量不足等消防安全隐患的报道。

回顾——
社区藏隐患业主心担忧

甜蜜小镇总户数超9000户，居住人口达3万余人，51栋高密度高层住宅让社区消防压力巨大。然而长期以来，物业公司被指消防管理“躺平”。

今年5月，住户王先生向“天眼问政”栏目反映，小区部分灭火器扫码溯源显示流向观山湖区、花溪区，与本地不符，质疑产品真伪，消防通道被占、电瓶车违规进楼、安保力量短缺等顽疾更是让业主屡次投诉无果。

“心头悬着的石头始终无法落地”，成为众多居民的共同心声。

转折——
消防检查发现问题当场立案调查

沉默在7月3日下午被打破，云岩区消防救援大队执法人员未提前告知，直接深入甜蜜小镇开展消防执法行动。

执法人员逐项核查消防设施、逐条对照规范要求，面对物业公司的推诿与辩解，坚



消防宣传员将“消防课堂”搬进中天甜蜜小镇集市。

持以事实为依据，以法律为准绳，当场依法作出立案调查的决定。

“以前总觉得反映问题没人管，这次消

防来了，敢动真格！”一名在场目击的业主回忆，当得知立案消息的那一刻，在场业主心情难以平静，长期积压的担忧在这一刻终

帮帮姐说

别让生命通道沦为带货便道

安慧

近日，一段“救护车装运李子”的视频在网络引发热议。一辆外观酷似救护车，车身印有“纳雍晨兴护理院”字样的车辆，被用于装载运输成筐的李子。网友戏称“这李子也需要抢救吗”。调侃背后，是公众对医疗专用车辆被违规挪用的深切担忧。

事件发酵后，“天眼问政”栏目记者第一时间致电涉事护理院核实。首通电话中，一名自称财务人员的女士以“正在开车”为由，要求一小时后回复。一个小时候后记者再次致电，对方称该车“已转卖给私人，手续正在办理中”，却拒绝透露转让

时间，并在记者追问联系方式时挂断电话。从“等一下”到“不知道”再到挂断，这应对套路并不陌生，遇事先拖，拖不过就推，推不掉就挂，试图用沉默回避舆论监督。

然而，事实不会因挂断电话而消失。根据2025年10月国家卫健委等六部门联合发布的《关于开展非法救护车专项整治工作的通知》，救护车“严禁私自改装、出租、出借、转让、挂靠、承包给任何单位及个人或挪作他用”。纳雍县卫健局已明确认定：涉事护理院在未向卫健部门备案、未取消车辆特种标识的情况下私自允许买

方使用救护车，属于违规行为，已责令终止交易并收回车辆。

调查虽有初步结果，但追问不应止于此。此事暴露出的问题，远非“收回一辆车”就能解决。

其一，救护车为何能在保留特种标识和急救资质的情况下被轻易转卖？护理院明知车辆性质特殊，却在未完成备案、未清理标识的情况下允许私人使用，暴露出内部管理的形同虚设。救护车转让必须先取消标识、注销资质，再谈交易，这个顺序不可颠倒，这道程序不容省略。

其二，类似问题为何屡禁不止？“救护车运李子”并非孤例，此前多地曾曝出“救护车运化肥”“救护车拉货”等事件。若每次都是“发现一起、查处一起”，却始终无法形成长效约束，公众对“生命通道”的信任将被持续消耗。

其三，技术监管手段能否跟上？推进救护车信息化管理，建立“一车一档案”，接入定位系统，让每一辆救护车的“身份”和“行踪”都晒在阳光下，或许比事后追查更有预防效果。

救护车的“特权”，源于其“救命”的责任。公众在路上为它让行的每一秒，都是对生命的敬畏与托付。这种信任经不起“运李子”式的消磨。个案的盖子已经揭开，制度的补丁也该打上了。唯有把规则立在前头，把监管落到细处，才能让每一辆救护车在鸣笛驶过时，都能承载起那份不容辜负的信任。

天眼调查

在中小學生群体走红，极端玩法引家长担忧

被消协批评的“娜塔莎”还在卖

贵州日报天眼新闻记者 田儒森 高琴

店家称“卖得火”

据了解，“娜塔莎”最初是在短视频平台上走红的。

一名博主为了应对家庭催婚，购买了一款冷门丑娃，并将其命名为“娜塔莎”，通过拍摄与“娜塔莎”相处的视频自嘲解乐，意外获得大量关注。

真正让“娜塔莎”爆火的是一条其被摔变形的视频，许多网友开始模仿并拍摄各种破坏性玩法，如拉扯变形、摔打等，这种猎奇暴力的玩乐方式迅速在网络上传播。

有网络热度，带动“娜塔莎”产品销量大幅上涨。电商平台上的玩具价格从几元到几十元不等，其中一款标价199元起的“娜塔莎”销量火爆。平台显示全网热销超过2万件。评论区里很多消费者表示是为孩子购买，低龄学生成为主要消费人群。

随着“娜塔莎”热度提升，相关产品也出现在学校周边的文具店。连日来，记者走访了贵阳市观山湖区、云岩区、南明区多所中小学周边的文具店和小商品市场，发现“娜塔莎”的身影并不少见。

在观山湖区润丰小学附近的文具店，记者一进门就看到“娜塔莎”被摆在显眼的货架上，售价5元到10元不等。店主坦言：“最近卖得火，娃娃们喜欢。”当记者问及网上说这玩具玩法很暴力时，店主摆手称“不懂得”，只说“就是个捏捏乐”。

在南明区花果园第三小学附近、云岩区

近期，一款名为“娜塔莎”的娃娃造型捏捏乐玩具，在全国中小学生群体中持续“爆火”。然而，与之相伴的极端、甚至有暴力倾向的玩法，引发了社会对此存在不良引导的担忧。

尽管中国消费者协会已发声批评，多地电商平台也下架了暴力营销视频，但记者在走访中发现，这款争议玩具仍在一些学校周边的文具店、小商品店公然售卖。

云岩小学云霞巷附近的多家玩具摊位，均在售卖“娜塔莎”，有的甚至摆在C位。

一位摊主告诉记者：“来买的大多是中小學生，还有几个娃儿凑钱买一个的。”

家长认为不适合孩子接触

“我儿子上五年级，有一天拿回来一个黑黢黢的娃娃玩偶，说是同学都在玩的解压玩具。”家住观山湖区的周女士向记者吐槽：“孩子刚回家，就拿着这个东西往墙上砸，感觉像恶毒娃娃一样，直接给没收了。”

另一位家长刘先生则表示，孩子纯粹是“跟风”。“他根本不觉得解压，就是看到别人有他也要有。班上还有学生买了之后带到学校玩，老师都不知道没收多少个了。”

“感觉这款玩具被过度‘娱乐化’了，不仅有装扮玩法，还有摔打等不良玩法。”家长张女士也表示，孩子曾要求购买“娜塔莎”，但她在网上搜索后觉得这种玩具不适

合孩子接触。

心理专家建议科学引导

与普通软胶解压玩具不同，这款外形酷似婴儿的玩偶，在短视频平台及学生群体中被广泛传播，玩法竟是摔打、针扎、踩踏甚至肢解。当“解压”与“对弱小施暴”被绑定，会对儿童青少年心理发展产生怎样的影响？

近日，记者采访了贵州海之源心理咨询与升学规划中心专家陈昌海，他从儿童心理发展与心理咨询角度进行了专业解读。

陈昌海指出，6至12岁是儿童道德认知与共情能力形成的关键期，而“娜塔莎”的特殊造型和暴力玩法可能对孩子心理发展造成负面影响。

首先，根据班杜拉的“社会学习理论”，孩子反复模仿短视频中的攻击行为，会在潜意识中建立“攻击弱小=解压/获得关注”的错误条件反射，将暴力行为正常化、

合理化。

其次，“娜塔莎”逼真的婴儿造型象征弱小与需被呵护的生命，但当其被设计为“可随意摧残的发泄物”时，孩子心理上演的是“对弱小施暴取乐”，这与传统娃娃“照顾——保护”的功能截然相反，长期接触这类玩法可能钝化孩子对真实生命及弱势者的同情心。

第三，摔打玩偶带来的是感官刺激下的短暂兴奋，并未真正处理压力，属于“假性解压”。这会让孩子误以为“有情绪就靠破坏解决”，未来面对人际冲突更易诉诸肢体暴力。最后，小学中高年级孩子渴望群体归属，极易因同伴压力和从众心理盲目跟风购买，甚至有个别孩子在校园中转卖牟利，偏离了健康休闲的初衷。

对此，陈昌海建议家长不必过度恐慌，也绝不能简单没收或斥责。正确做法是“先共情再引导”：先温和询问孩子“你平时怎么玩它？”“同学也在玩对吗？”了解孩子是单纯捏着放松还是模仿暴力打法，再明确告知“这类游戏绝对不能玩”。

陈昌海特别提醒，若孩子已频繁沉迷于暴力玩法，或在现实中表现出对人动手、明显情绪调节困难等迹象，建议及时到正规心理机构进行发展性评估与辅导。最后，陈昌海总结：“娜塔莎”本身只是软胶捏捏乐，问题根源在于商家将婴儿形象与暴力虐玩深度绑定的营销手段，以及算法推流的不良示范。家庭与学校主动介入、科学引导，才能帮孩子找到健康的情绪出口，建立对生命的敬畏之心。

现场新闻

居民区旁养猪臭气熏天

贵州日报天眼新闻记者 陈龙 安慧

近期，“天眼问政”栏目接到网友刘先生反映，毕节市金沙县鼓场街道玉屏社区丽景名城小区旁的一片局部拆迁空地上，有人私自在废弃房屋内养猪养鸡，还挖了两个化粪池，产生的异味随风飘散，周边住户家中持续臭气难闻。

“相关问题发生后，我先后向生态环境、综合执法部门反映均无果，被告知要向属地社区反映。”刘先生告诉记者，向属地社区反映后没过几天，两个化粪池上方就覆盖了一层蓝色铁皮遮挡，但并未解决异味问题。

“后续，我们也尝试拨打了12345进行反映，但社区工作人员回电称，该养殖户不愿意搬离，他们也没有办法，希望反映人撤销诉求。”刘先生补充道。

刘先生表示，天气越来越热，家中还是能闻到异味，小区居民们希望该处养殖场能够及时搬离，并拆除填平两个化粪池，彻底解决异味扰民的问题。

日前，记者前往该区域走访核实。经刘先生指引，记者来到养殖房屋的正门，只见该处大门紧锁，能够明显闻到刺鼻异味，听到猪、鸡等动物的叫声。

记者来到养殖房屋的另一面。由于周边种植了大量农作物，经过一番搜寻，记者一行终于找到留言中提到的蓝色铁皮盖顶的地方，看到其下覆盖一层塑料膜，在现场有风的情况下，能够闻到异味。

为了进一步核实情况，记者敲门试图联系该处的养殖户，但迟迟无人回应。

7月17日，记者致电毕节市金沙县鼓场街道办事处进行情况反馈，描述了反映问题的具体情况、现场走访情况、群众诉求等详细信息，明确表示需要属地部门在进一步核实情况后，针对群众关切的相关问题，给予明确的后续答复。

截至发稿时，栏目组尚未收到相关部门的具体回复。“天眼问政”栏目将持续关注此事进展。



村民自主经营的停车场。

近日，贵阳市民吴女士向“天眼问政”栏目反映，其驾车前往花溪区镇山村游玩时，发现景区入口周边停车场收费标准混乱，收费主体与定价口径说法不一，影响游客体验。

“我准备停车时，发现周边停车场的价格五花八门。停一辆车，有收10元，有收15元，甚至到20元。”吴女士表示，向收费人员询问定价依据，对方称由村委会统一制定。

随后，吴女士咨询村委会工作人员时，对方却表示村民自家院坝停车收费属于个人行为，村委会无权管控，村集体正规停车场位于景区入口约500米处，执行2元/小时、单日封顶10元/车标准。

日前，记者前往现场走访。通过进村道闸后发现，沿途设有多块停车指示牌，周边多处停车场均有人员招揽生意，且价格存在差异。记者以游客身份走访一处私家院坝停车场，收费员表示价格由村民自主制定，游客缴费后会发放自制票据，凭票据方可通行村口道闸。行至较靠近景点入口的位置，记者发现一处标有“镇山村树新风便民利民服务广场”的场地已停满四排车辆。广场周边树木上悬挂标牌，标注“私人（村委会代管理）停车收费20元/次”。

现场收费人员称，该场地属几户村民共有，所挂牌子是此前村委会为该类私人场地统一制定的收费标准。当记者问及为何与村委会工作人员所说的“2元/小时、封顶10元/车”不一致时，该收费员表示：“那是村委会所属停车场的收费标准。但村委会停车场距离稍远，游客停完车需步行或乘坐观光车至景区入口。”

针对市民反映及记者走访的情况，记者向镇山村村民委员会进行了核实。

村委会相关负责人回应称，镇山村村落地面积不大，每逢周末及节假日游客流量较大，停车资源长期紧张。及今年村内投建的大型村集体停车场，统一收费标准为2元每小时，单次停车封顶10元，可容纳280余台车辆，距离景区入口约四五百米。”该负责人表示，早些年因村内没有统一的集体停车场，旅游旺季车辆拥堵严重，游客进出动辄耗费数小时，才允许村民利用自有空地对外开放停车。

“景区入口周边的停车场地多为村民自主经营，停车费用由双方（村民与车主）协商议定，村集体不向经营村民收取任何管理费用。”该负责人表示，至于村民自营场地悬挂的落款为“镇山村村民委员会”的指示牌，是上一届村委会协商设立的，现任村委会已不认可该收费标准。

该负责人坦言，目前村委会已多次收到游客关于停车问题的投诉，现阶段已启动专项整改工作，后续计划对全村停车资源进行统一规范与统筹管理，解决收费乱象。

镇山村停车费『各立山头』
村委回应将统筹管理

贵州日报天眼新闻记者

熊曼

摄影报道