

每周舆情播报

1 28929 热度

江苏常州一男子暴打92岁母亲

11月11日，江苏常州，网传一段男子殴打92岁老母亲的监控视频，视频中母亲被殴打哭喊，男子仍不停扇耳光、拽头发，随后老人躲进厨房，男子跟上前将老人按倒在地殴打。对此，武进区110指挥中心工作人员表示，已接到报警，交由辖区派出所处理。另据常州市妇联工作人员表示，老人已经报警，警方会保护好老人，妇联会配合相关部门核实跟进。

2 28375 热度

奇瑞在张家界天门山挑战爬“天梯”引争议

11月12日，奇瑞汽车在湖南张家界天门山景区攀爬“天梯”时从台阶上下滑撞断部分护栏。事件引发关注，相关话题登上热搜，引发热议。据悉，事故未造成人员伤亡或环境破坏，但景区“天梯”区域因此临时封闭，影响游客体验。

11月13日凌晨，奇瑞官方发布致歉声明，承认测试策划存在风险预估不足和细节疏漏，承诺全额修复并赔偿景区损失。对此，天门山景区工作人员表示，已经接到通知。

同日，张家界市永定区文旅局工作人员表示，该活动为景区举办，无需文旅部门审批，后续文旅局将与景区对接。

3 24722 热度

四川阿坝红旗桥垮塌

11月11日，网传四川省阿坝州马尔康市红旗桥发生垮塌。视频显示，该桥桥体坠入下方的足木足河中，腾起巨大烟尘。当日18时许，马尔康市政府工作人员表示确有此事。

四川阿坝红旗桥垮塌事件中，当地应急部门通过提前巡查发现边坡裂缝并实施交通管制，成功避免人员伤亡，体现了地质灾害预警与应急响应机制的有效性。然而，作为今年1月刚完成主跨合龙的新建桥梁，其选址虽避开已知地质隐患区，却仍因山体滑坡导致引桥损毁，暴露出复杂地质环境下边坡稳定性监测的短板。该事件既彰显了应急机制之效，也凸显了复杂地质下边坡监测工作亟待加强。

4 21390 热度

警方通报编剧秦雯自称袭警捞人

5 13521 热度

男子持刀对抗民警，市民驾车将其撞倒

◎热点舆情

舆情概述

近日，有网友晒出一张图片，显示是一张名为“忻州市长征小学（西校区）家校联系卡”的表格，表格其中一栏要求填写“家长的擅长项目或可提供的社会资源”引发争议。多名网友发布相同表格证实，确实收到了这样一张表格。

山西省忻州市长征小学（西校区）11月14日发布情况通报：为深入贯彻落实市关工委“家校社协同育人”会议精神及相关实施方案要求，我校近期推进家长学校换届筹备工作，意在吸纳有能力、有热情的家长代表参与校委会建设，共商家庭教育课程设计，推动协同育人落地见效。为此，学校计划通过“家校联系卡”征询家长信息与意见，整合教育资源，丰富活动路径。因学校工作人员未能深刻领悟、理解上级文件精神，联系卡询问项目设计欠妥，引发家长及社会各界关注与困扰，对此我们深感愧疚与自责。事件发生后，我校第一时间停止卡片填报收集工作，向全体家长诚恳致歉；对相关工作环节严肃复盘，对责任人进行批评教育，并立即优化调整工作方案，确保以更严谨、更贴心的方式推进家校协同工作。

舆情概述

11月12日，在张家界天门山国家森林公园景区，奇瑞风云X3L在攀爬天门山天梯时从台阶上滑下撞断部分护栏。天门山天梯总长度近300米，有150米垂直落差、30厘米宽的湿滑窄台阶，平均坡度45°，此次测试是想通过极端的场景来证明此款城市SUV不凡的“实力”。

挑战失败后，网友、用户、游客纷纷表达不满，随后奇瑞也发出致歉声明，承认“在策划和执行此次测试过程中，对潜在风险的预估不足，对细节的把控存在疏漏。特别是对选择在风景区公共场所开展测试引发的公众担忧，我们深刻反思”。

一小学要求填写“家长可提供的社会资源”

舆论观点

红星评论

学校办学不可能在真空中，而学生家长来自社会的方方面面，拥有丰富的资源。不论是职业背景还是特长爱好，甚至是经济状况等，都可能为学校的教育教学活动提供有力支撑。这是客观事实，也未必一定就不能为学校所用，但前提是应该建立在自觉自愿的基础上，并最大限度减少其对教育公平的影响。

这也意味着，学校即便希望得到那些有实力、有能力的家长的支持，也不能简单粗暴地印发必填表格。若有对接社会资源的具体需求，则不妨一单一征集，相信家长也会理解。

大张旗鼓发放表格“海选”，不仅有悖教育行政部门严禁学校以任何形式收集与教育教学无关的家长信息的要求，从法律角度看，也涉嫌过度收集个人信息。鉴于家长社会资源的不均衡性，人们有理由担忧，学校会因为家长资源多寡、能力不同而对学生区别对待，从而影响教育公平。

现代快报

尽管校方在通报中声称，该校近期推进家长学校换届筹备工作，意在吸纳有能力、有热情的家长代表参与校委会建设，共商家庭教育课程设计，推动协同育人落地见效，但是“学校工作人员未能深刻领悟、理解上级文件精神，联系卡询问项目设计欠妥”，这种把责任推给属下的说法让人担忧校方并没有真正进行反思。

吸纳家长代表参与校委会建设，这种做法早已有之，也富有成效，但为何总有一些学校过度关注家长的身份，以至于频频出现让家长填报职务、让家长自我“贡献”的情景？表面上看这是加强家校联络的需要，但根子上还是功利心在推波助澜：通过家长“能量”的加持，给校方和老师带来好处。

学校是教书育人的地方，岂能是对家长“挖潜”的地方？在这种市侩风气的传导下，很容易形成校方或教师嫌贫爱富、看人下菜碟的问题。这对学生的三观势必造成冲击。

此事绝非小事，也绝不该只有作为“当事人”的校方作出说明。相关部门有责任高度关切此类问题，及时予以整治。

汽车行业“极限营销”该踩刹车了

舆论观点

第一财经

放眼近年来的汽车广告，从高楼跳伞到悬崖速降，从沙漠穿越到冰川漂移，汽车品牌的营销手段越来越“刺激”。但“刺激”的背后却引发了公众对安全的思考。目前，我国对汽车公开极限测试尚未出台统一标准，活动多由企业自主开展。此次事件或推动相关部门加强监管。业内人士呼吁，品牌营销需平衡创新与责任，“稳”比“赌”更能赢得市场信任。

海报时评

近年来，不少汽车品牌的车型测试、营销策略走向追求流量、博眼球的模式。比如8月份理想i8碰撞安全性测试引发的争议，再比如去年极氪宣传的在车里吃火锅、打麻将，甚至还有品牌宣传可以将马桶装到车上。这些令人哭笑不得的测试和宣传都忽略了最重要的问题：此类较为极端的测试真的是用户需要的吗？

就此次奇瑞爬“天梯”来说，这是一款城市SUV，对于大部分的家用SUV来说，用户希望它能够应对不平整路面、较为陡峭的土路、离地间隙较高的台阶，同时具备较好的操控性和安全性。然而，像天门山天梯这样极端路况，是人们生活中会遇见的场景吗？即便奇瑞通过了这样的测试，用户就会因其超凡的攀爬力而选择购买吗？由此来看，设置这样的测试初衷并非为了试验汽车的使用性能，更多是为了用一场极限的“表演”来吸引眼球，这就完全背离了用户的真正需求。