

缅怀她，缅怀一种精神

□江平

那个一袭红衣策马雪原的女侠，永远留在了这个冬天！

1月14日，贺娇龙因意外事故经抢救无效不幸离世。噩耗传来，无数曾在视频里认识她、喜爱她，通过她看见新疆的人，都发出了惋惜的长叹。

离世前一周，她还在社交媒体上转发“贺娇龙品味新疆”的内容。画面中依然是那熟悉的笑容，配文却已成一语成谶的绝响：“不是所有坚持都能抵御岁月，但若为热爱，便所向披靡。”她用热爱抵御了岁月庸常，却让时间永远停在了热烈饱满的47岁，终究没能抵住命运的无常。

相信很多人都不会忘记2020年冬天，时任昭苏县副县长的贺娇龙身披红色斗篷，在白雪皑皑的昭苏草原策马奔腾，闯入了全国网友的视野。那段仅59秒的短视频，在全网创造了超过6亿次的播放奇迹，贺娇龙马踏飞雪、红装飒爽，成为那个冬天最惊艳的互联网记忆，也让昭苏草原的辽阔、伊犁天马的神骏瞬间传遍全国。

作为文旅官员“初代网红”，贺娇龙的意义远不止于“走红”。她以务实创新的勇气，解锁了新时代干部的全新形象——接地气、有温度、敢创新，也因此被网友亲切称为“别人家的副县长”，更成为官员运用互联网思维推介地方、服务发展的典范。在她的带动下，全国各地文旅官员纷纷效仿，通过互联网为家乡代言。

言，但始终无人能超越她的影响力与感染力。

“走红”后的五年里，贺娇龙从未停下推介新疆的脚步。社交媒体上，她是“百变女郎”：时而化身草原侠女，豪情万丈；时而以都市丽人模样漫步街头，分享新疆的现代与时尚；时而又系上围裙，在灶台前熟练拉面，烟火气十足。

2021年7月，她在拍摄“天马浴河”时坠马险遭踩踏，面对如此险境，她只说了句“能拍出宣传家乡的好片就值得”。无论她的形象如何变换，核心从未改变，那就是让更多人认识新疆的美，品尝新疆的甜。她的直播带货，为新疆农产品打开了广阔市场；她的文旅宣传，让无数游客奔赴而来。

贺娇龙不仅是一道风景，更是一扇让更多人了解新疆的窗口。“在欠发达地区，文旅局长带头走上台前，是最经济实惠的宣传方式”，她曾在采访中直言，不用明星代言，只用身边人、身边事，才能让新疆的美更真实可感。没有刻板的官气，没有华丽的语言，她用最本真的姿态，兑现了“宣传新疆，我永远都会全力以赴”的诺言。

如今，那头利落的短发，那抹明媚的笑容，那口镜头前亲切的“疆普”戛然而止，成了再也无法复刻的绝版记忆。47年的人生虽短，贺娇龙却写下了浓墨重彩的篇章。她开创的“干部+短视频+直播+品牌”模式，已被证明是一条成功的路径。她曾坦言站在荣誉领奖台上

的惶恐：“怕付出少了德不配位，好像把命搭上去，都无以回报大家的认可”，这份赤诚，让她超越了“网红”标签，成为一个好干部的标杆。

我们缅怀贺娇龙，是缅怀一种敢于创新的开拓精神，是缅怀一份扎根泥土的为民情怀，更是缅怀那个永远活力满满、将热爱进行到底的鲜活生命。

贺娇龙的离去，不仅是新疆文旅的损失，也是新疆大地的遗憾。她让外界看到了一个既壮美辽阔又生动鲜活、既传统厚重又充满现代活力的新疆。我们相信，她用行动诠释的“为热爱所向披靡”，会在更多人心中生长、延续。也会有越来越多的人，为她讲述过的草原雪山而来，以她展现过的视角而爱上新疆，还会让更多人，接过她未尽的故事，继续向世界讲述这片土地的精彩。

昔人已逝，大雪无痕。昭苏草原绿了又黄，伊犁河水奔流不息，神骏天马依旧驰骋。只是，那个最夺目的红衣女侠，已悄然隐入天际。

或许，她只是奔赴了另一片更辽阔的雪原。那里没有意外，没有疼痛，只有永远澄澈的蓝天和无垠的洁白。在那里，她依然鲜衣怒马、快意驰骋……

时事锐评

警惕被“超级食物”噱头忽悠

□杨玉龙

巴西莓粉、奇亚籽、羽衣甘蓝粉、姜黄、卡姆果粉、酵素梅、沙棘原浆、甜菜根……一段时间以来，一批被冠以“超级食物”名号的产品在网络平台和线下市场迅速走红。不少商家宣称其对身体健康有“超级功效”，可以预防、治疗多种疾病，社交平台上的相关宣传视频点击量动辄数万。这些“超级食物”是否真有那么神奇？其究竟是“健康神器”，还是收割“智商税”的噱头？

上述的这些食物确实营养价值较高，但并非人人皆宜，且过量摄入可能带来健康风险。例如，甜菜根含糖，且草酸含量较高，因此，除了过敏人群，高血糖人群和肾结石患者均应谨慎食用，但商家鲜有进行相关提示。这种“抓功效弃副作用”的宣传，不仅误导了消费者，更埋下消费者权益被侵害的隐患。

从法律层面看，消费者权益保护法明确要求经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。而这也意味着，商家不告知“超级食物”的副作用与禁忌人群，涉嫌侵犯消费者知情权与安全权，可能违反食品安全法、广告法、消费者权益保护法等法律法规。

为此，相关部门应进一步完善食品标签营养宣传的有关规定，同时建立健全的抽检机制和违规惩处细则，确保商家相关功效宣传真实准确、规范统一。

同时，商家应该明晰其中的利害关系，不能靠噱头忽悠蒙蔽消费者，要如实标注成分、禁忌人群与食用此类食品可能引发的副作用，确保宣传内容科学、真实、可追溯，守住商业伦理与法律底线。

此外，电商平台也应强化监管审核，对平台上食品信息可能涉及的虚假宣传、虚假广告等要加强审核，采取有效措施坚决抵制。对违规商家应予以下架商品、公示乃至封号处理，切实履行平台主体责任。

最后，从消费端来讲，消费者应增强防范意识。面对“超级食物”应理智对待、谨慎消费，不盲信“神奇功效”，在购买之前要查看配



料表与营养标签，并结合自身身体状况科学选择。

社会观察

遗失·公告

重庆市璧山区劳动人事争议仲裁委员会公告送达通知

长寿区CS07江南城市单元03街区详细规划环境影响评价公众参与征求意见公示1:规划概况,长寿区CS07江南城市

单元03街区详细规划环境影响评价公众意见表

重庆市璧山区劳动人事争议仲裁委员会公告

重庆市璧山区劳动人事争议仲裁委员会公告