

环保不是手电筒，不能只照别人不照己

李瑞

“泡面的汤水会污染环境，这里有明文规定，对游客吃自带的泡面。与此同时，景区内却售有22元一碗用水泡的热干面。还有游客表示，景区环卫员将食物汤汁随意倒入草地。以治污之名禁止泡面，却在景区内提供高价泡面供游客消费，游客对景区禁止自带泡面的规定不满，更是对景区“双重标准”做法产生质疑。

把环保当做手电筒，只照别人不照自己，缺少公平性，也缺乏说服力。

景区禁止游客带泡面，问题怎么解？这需要从环境保护和游客需求综合考量。一方面，部分游客在景区内食用

泡面后乱扔垃圾，确实会给环卫工作带来不小的麻烦，对环境造成一定的污染，这是不可忽视的问题。此前，黄山、九寨沟等景区就曾以污染环境为由，禁止或严管方便面，发出“泡面不进景区”的规定与倡议，由此引发争议。亚丁属高海拔山岳型自然景区，生态极为脆弱，为了环境禁止泡面，有一定的合理性。但景区没有“一禁到底”，只禁止游客吃泡面，却自卖高价泡面，还任由工作人员随意将泡面汤汁倒入草坪，反映出该景区工作人员环保意识的淡漠，也暴露了景区日常管理的疏忽和松散，游客自然不买账。

另一方面，景区实施该规定时出于

保护生态环境的考虑，与游客追求便捷的旅游体验形成了直接冲突。景区未能充分解释其背后的理由和依据，也未能及时回应游客的感受和关切，就简单粗暴地吃泡面“一刀切”禁止，这不是景区应有的待客之道。要解决“该不该禁止游客带泡面”的问题，景区不能简单的“一禁了之”，而是需要加强相关的环保教育、提高垃圾处理能力、完善相关执行标准，保障游客的权益。此外，提升餐饮服务质量，确保景区内的餐饮点提供丰富多样、价格合理的餐饮选择，满足游客的口味和需求，不断提高自身服务能力与品质。对游客来说，在维护自身利益的同时，也应自觉爱护和珍惜景区的优

美环境。当景区的服务到位，游客也愿意配合管理措施，把环境保护作为一种自觉，环保和服务就能相互兼顾。

坚持“服务至上”的理念，解决好景区不文明旅游等管理难题，更好地服务于游客，打造景区的美好形象，这应该是一个优秀景区具备的素质。与其说游客在捍卫泡面，不如说是在捍卫一份权利，一种被不合理收费拿捏的自由。

延河观澜

做好以旧换新后半篇文章

王琦

前不久，商务部等四部门办公厅印发通知，对消费者购买8类家电产品给予补贴，每名消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。这是今年3月启动新一轮消费品以旧换新行动以来对家电领域以旧换新的又一次加力支持。

家电以旧换新政策的推出，为消费市场注入了新活力。但旧家电的去向也成为新问题。更好破解旧家电回收难题，不仅关乎政策效果，也关乎行业发展。

旧家电是蕴含着丰富资源的“矿山”。通过专业拆解、处理，废旧家电中的金属、塑料等材料可以得到有效回收和再利用。目前，我国已建立起相应的回收处理体系，但废旧家电通过正常渠道回收、实现环保拆解和再回收的比例仅占20%左右。

回收比例偏低，但很多正规拆解企业又存在“吃不饱”的情况。由于回收成本高、环节多，许多消费者在选择回收渠道时存在疑虑。同时，一些二手家电市场和个人非法拆解的现象依然存在，不仅扰乱了市场秩序，也给回收工作增加了难度。做好家电以旧换新后半篇文章，需要政府、企业、公众等共同努力，不断健全再生资源回收体系。

政府应当加大对废旧家电回收处理行业的支持力度，提高企业参与回收的积极性。同时，应加强监管，严厉打击非法拆解和回收行为，确保废旧家电得到正规处理。企业和科研机构也要加强合作，推动废旧家电回收处理技术的创新和应用，以更高效、更环保的拆解技术和设备，提高废旧家电的资源回收率，降低处理过程中的环境污染。此外，还应探索“互联网+回收”等新的商业模式，进一步简化流程、提高效率。

公众环保意识的提升，也是关键一环。要加强宣传教育，提高公众对废旧家电回收重要性的认识。在此基础上，加快推进社区回收网点建设，优化回收网络布局，才能不断提高回收率，增强公众的环保意识和参与度。

家电以旧换新，不仅是一场消费革命，更是一场关乎生活方式的深刻变革。通过全社会的协同合作，建立起高效、环保的废旧家电回收处理体系，必能为构建资源节约型、环境友好型社会贡献更大力量。

表达支持的方式有很多，但保持边界感是前提。

——据媒体报道，最近一段时间，湛江市麻章镇迈合村又火了一波，每天有上千人进村打卡，全红婵家门口化身“小吃一条街”。《南方日报》发表评论，即便是公众人物也拥有隐私权。“全红婵”这三个字，代表着率真可爱的品质、奋力拼搏的精神、自我超越的传奇，而不是可被肆意围猎的“公共资源”、无限消费的“饭后甜点”。别让非理性“打卡”吹散了热爱。

瓦片不是想捡就能捡，更不是想卖就能卖。

——近日，二手交易平台有人售卖武汉大学琉璃瓦片，最高被炒至3650元，引发广泛关注。《北京晚报》发表评论，文物保护不是只有修缮复原，也不只跟文保人员有关。卖家看准了武大的“文脉”，把文物属性的瓦片变成待价而沽的商品，何尝不是对历史文化的亵渎？学校不妨借机开展文物保护宣传，增强教职工和学生的文保意识，从碎片瓦做起。

这种开放包容精神所产生的社会效益，往往能有两拨千斤之效。

——据报道，在刚刚过去的中秋节假期，江苏扬州市区具备条件的党政机

关及事业单位内部停车场继续向社会免费开放，共提供2481个车位。当地还宣布国庆节期间继续开放市政府西大院食堂，为外地游客提供淮扬特色简餐服务。《广州日报》发表评论，政府大院主动“开门纳客”，将部分空间适时让渡给民众，满足他们的需求，彰显了其便民利民意识，毫无疑问也有助于拉近政府与民众的距离，起到增进信任感、认同感的效果。机关单位开放是一种为民情怀，更需管理智慧。

所谓“面子”也不该成为衡量能力高低、负责与否的决定性标准。

——最近，浙江省应急管理厅某干部出镜直播时未换衣服、头发“打绺”引发热议，其中夹杂个别批评之声。《北京日报》发表评论，广大干部作为公职人员，仪表仪态固然不可随随便便，但绝不应该是关注重点。监督渠道拓宽是好事，对出格打扮提出质疑是权利，但也要避免陷入矫枉过正、舆论失焦。跳出浅层次的外表审视及刻板偏见，结合实际情况理性看待讨论，这是为好干部撑腰松绑，也是在营造良好的干事环境。

微评

人民热评

新华时评

在第七个“中国农民丰收节”到来之际，习近平总书记向全国广大农民和工作在“三农”战线上的同志们致以节日祝贺和诚挚问候，强调千方百计推动农业增效、农民增收、农村增活力，让农民群众获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

“获得感、得到实惠”，八个字说到了农民心坎里。中国农民丰收节，已成为亿万农民群众喜爱的新节日。各地因地制宜、节俭热烈地展现五谷丰登、六畜兴旺场景，农民的节日快乐成为全国人民共同参与的“丰收季”。

获得感、得到实惠来自农业增效。新形势下深化农村改革，主线仍是处理好农民和土地的关系。土地是农民的命根子，须臾难离。当前农民群众关心的是扎实做好第二轮土地承包到期后再延长三十年试点工作，落实好农村土地承包法要求，保持农村土地承包关系稳定并长久不变，给农民群众吃下一颗“定心丸”，也给农业增效打下坚实基础。

获得感、得到实惠来自农民增收。各地大力培育乡村新业态、支持农民外出务工、加快三产融合发展，广辟增收门路，多措并举让农民有活干、有钱赚。让农民的钱袋子越来越鼓、日子越过越好，农业科技是利器。藏粮于技能让农业激发新产能，也让农民不断拓宽致富路。

获得感、得到实惠来自农村增活力。绘就宜居宜业和美乡村新画卷，需要积累点滴之功，不断繁荣发展乡村文化，持续推进农村移风易俗，建设平安乡村。农村的活力也来自教育、医疗、养老等公共服务水平的提升，加强农村基础设施建设，改善农村人居环境，让乡村成为更加宜居宜业的美好家园。

农者，天下之本。丰收节里话重农强农惠农富农，就是要保持重农强农的基调不变、惠农富农的力度不减，切实增加农民群众获得感、幸福感，让“丰收季”成为“欢乐季”。

让农民群众可感可及、得到实惠

新华社记者 王立彬

防止照抄照搬、上下一般粗

萧海川

当前，贯彻落实党的二十届三中全会精神，就是要按照习近平总书记要求的，“找准自身面临的主要矛盾和矛盾的主要方面，制定切合实际的具体改革举措，防止照抄照搬、上下一般粗”，结合实际、因地制宜、主动作为。

防止照抄照搬、上下一般粗，就是要开动创新的脑筋。推进中国式现代化是一项全新的事业，把蓝图变为现实势必遭遇各种矛盾，面临许多不确定难预料的因素。只有将党中央决策部署同本地区本部门的实际相结合，打破思维定式、摆脱路径依赖，创造性地开展工作，才能给出最优解，交出一份合格的改革答卷。

防止照抄照搬、上下一般粗，就是要挺起担当的脊梁。改革的担子越重越需要埋头苦干实干，发展的任务越复杂越需要分清轻重缓急。要扑下身子、沉到一线，自觉问计于民、问需于民，着力解决人民群众急难愁盼问题，在调查研究中打开眼界、在攻坚克难中锤炼本领、在顽强斗争中开辟新局。

实践发展永无止境，解放思想永无止境，改革开放也永无止境。只要我们肯动脑筋、善于学习，真抓实干、务求实效，锐意改革、拼搏进取，一定可以把进一步全面深化改革的战略部署转化为推进中国式现代化的强大力量。

自动续费咋能这么“坑”

黄浩

近期，App自动续费乱象再次引发社会广泛关注。数据显示，截至9月18日，仅在黑猫投诉平台，有关自动续费的投诉检索就高达17万多条。

自动续费不规范问题由来已久，饱受消费者诟病，相关部门多次出台治理办法。今年7月1日正式实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》就明确提出，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前，以显著方式提请消费者注意。

然而，某些App却只看短期利益，新规之下，仍然在动歪脑筋，玩文字游戏、耍套路。有的钻《条例》并未明确“显著方式”具体定义的空子，将自动续费的路径设置得异常复杂；有的“暗度陈仓”，不遵守原有低价合约悄悄涨价；还有的在自动续费、自动续订前不进行信息提示……

许多网友吐槽，“经常找不到退订页面”“小字条款往往暗藏玄机”“进坑容易，出坑难”……

填上自动续费的“坑”，必须把《条例》等法规落在实处，让不良企业无漏可钻。

在问题App面前，应用商店责无旁贷——做好第一道审核关口，让有“千层套路”的App不能上架。自动续费，原本就应是便利消费者、稳定商家收入的“双赢”举措。商家与其费尽心机玩文字游戏，不如把精力放到提高产品和服务质量上来。少点套路，才可能多点粘性“铁粉”。



隐患

回答问题“离谱”、播放不适宜未成年人观看内容、诱导学生充值“游戏”……记者日前调查发现，作为不少学生“标配”的儿童智能手表，被频频发现存在问题，令家长们担忧。

业内人士建议，智能手表应回归“初心”、守好“童心”，让其功能更加适配儿童的健康与安全，引导青少年减少对其他功能的依赖，推动行业自律与加强监管并行。

新华社发 王鹏 作

家电安装费不能沦为一笔糊涂账

史春楚

买家电、装家电，是每一个布置自己新家的消费者都要经历的过程。客服在介绍家电售后服务时往往会有“送货上门、免费安装”的说辞，但真正经历过之后，很多消费者都会有不同程度的“被刺痛”感。“0元安装”并不是真零元，虽然免掉了人工费、上门费、调试费，但是还有高空费、拆除防护栏以及一大堆辅材费。（9月18日《北京日报》）

平心而论，如果商家承诺了免费安装，却在安装时巧立名目收取费用，故意套路消费者，商家就没有尽到告知提示义务，侵犯了消费者的知情权和选择权。

通常来说，购买家电免费送货上门、免费安装符合法律规定和社会常识。虽然空调、热水器与送货上门、安装属于两个不同的商品和服务，但不能想当然地将两者割裂开来。根据相关法律规定和

法理，家电属于主合同标的，送货和安装属于随附合同标的，两者缺一不可，密不可分。商家向购买家电的消费者提供家电属于履行主合同义务，提供送货和安装服务则属于履行随附义务。

《民法典》明确规定，当事人应当按照约定全面履行自己的义务，应当遵循诚信原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。消费者购买家电后，商家理当履行送货上门、安装等义务，还应协助消费者正确、便利、安全地使用。

如果某个商家在未明确告知消费者的情况下，收取额外费用，既违反了协助义务，随附义务，也有违交易习惯，也就有了欺诈之嫌。这并非说在送货上门、安装时不能产生任何收费，而是说在默认相关费用由商家支付，或者已经包含

在家电售价中的情况下，要想另行收费，商家必须提前告知并如实告知。

当然，商家的免费协助义务有一定的限度和要求。例如，送货上门往往限于一定的楼层以下，超过楼层，又没有电梯的话，要额外收费；拆除防护网，安装加长管线或保护管等辅材，铺设额外的水路、电路、气路等，都需要消费者承担额外的费用。

商家的免费协助之所以要有一定限度，是因为很多楼层室内室外的设施并不满足安装条件，需要耗费一定的人力进行拆改，而人力成本尤其是高空作业又较为昂贵，完全由商家负担也不现实。如果由商家负担全部费用，商家很可能通过提高家电的售价来分摊这部分成本，一些不需要相关服务和辅材的消费者可能在无形中为之买单。

对于超出免费范围之外的部分，商家收取家电安装费并无不可，但必须尽到明确的提示告知义务，并在消费者购买家电时予以阐明，进而让消费者在支付家电价款前就知晓哪些是免费的，哪些是收费的。消费者看得清清楚楚，就能考虑得明白。收费标准一目了然，消费者就可以对可能产生的费用有明确的预判，不至于在安装家电时突然得知还要支付“天价”安装费和辅材费。

对商家而言，重视消费者权益，少些华而不实的宣传吹嘘、偷换概念，让消费者感受到真正的尊重和善待，不必为额外承担的费用烦心，这本身也是诚信经营中的应有之义。

社会观察