以法治之力守护食品安全

民以食为天，食以安为先。国家市场监督管理总局10月10日就《中华人民共和国食品安全法（修订草案征求意见稿）》向社会公开征求意见，释放出全力守护百姓“舌尖上的安全”的鲜明信号。

从体量上看，本次修订是一次“大修”，新增及修订条款数超过三分之二。条款调整的背后，连着百姓的日常关切：在外吃饭、网上订外卖，能不能确保吃得安全？出了问题谁来管？能不能管到位？修订草案回应了这些关切——把边界划清，把责任落到具体主体，让消费者维权有抓手，让违法者无处遁形。

近年来，外卖、直播带货、生鲜电商成了饮食消费的新趋势，这对相应的安全责任界定提出了更高要求。此次修订拟新设“网络食品经营”专节，将追责体系覆盖到线上购物各环节：网络平台不仅要登记商家信息，还要做实质性的资质审查，每半年核验更新一次；直播间运营者、直播营销人员的责任被明确写入；跨境电商直接承担进口食品的安全主体责任，商家拒不召回的，平台可以先行赔付；邮政快递企业要落实收寄验视和过机安检，堵住流通环节的漏洞。这意味着，要厘清责任边界，环环压实责任，处处扎紧制度篱笆。

校园食品安全也是各界关注的重要领域。此次修订拟设“学校食品安全”专节，强调校长（园长）是学校食品安全第一责任人；要求学校食堂不能对外承包后撒手不管，要管资质、管采购、管加工，大宗食材要双人查验，中小学幼儿园要建立陪餐制度。全链条管住校园餐，决不允许“钻空子”“捞油水”，才能更好筑牢校园食品安全防线。

法律真正形成威慑，关键是把处罚落到实处。此次修订明确，对故意违法、性质恶劣、造成严重后果的食品安全事件，除处罚企业外，还要对法定代表人、主要负责人、食品安全总监处以罚款，严重的直接列入失信名单，甚至终身不能再干食品这一行。严的信号彰显法律刚性：谁敢拿百姓餐桌上的安全当儿戏，谁就要付出沉重代价。

食品安全一头连着亿万百姓的身体健康，一头连着食品产业的高质量发展，须臾不可松懈。期待随着此次修法以及相关规定持续完善，推动政府监管、企业自律、公众监督同向发力，让每一份餐食都有法治稳稳托底，让广大群众吃得更加安心踏实。（**新华社北京10月10日电**）

治污别寒百姓心

设备常年空转，一年白白浪费3600多度电；管网建在高出村庄地面4米的河堤上，污水上不去只能靠罐车从运河里“借水”造假；治污工程不仅没治污……近日曝光的农村污水治理乱象，令人触目惊心。

如此荒诞乱象，首先暴露出的是背后错位的政绩观。有些地方把治污当成任务，热衷于铺摊子、上项目，只围着建设数量和硬件设施转。只要报表数据齐全、治污设备通上了电，就视为任务完成，却对设施能不能运转、目标有没有落地漠不关心。这种重表面、轻实效的做法，说到底就是懒政怠政，既白白浪费公共财政资金，透支政府公信力，也伤了老百姓的心。

这类工程从纸面“竣工”到实际“瘫痪”，也拷问着全链条监管的失守。从立项、设计、施工、验收到收费，这么长的链条，似乎没有一个环节做到了对村民负责。前期调研缺位，不征求群众意见，拍脑袋决策；中期施工偷工减料，管网回填连起码的砂石都不用，毫无底线约束；后期运维责任虚化，村委会、运营方、自来水公司相互踢皮球，把烂摊子留给村民。各个环节“环环对上负责，环环对下失明”。面对村民的合理诉求，相关部门推诿扯皮，唯独收取“污水处理费”时却毫不含糊。这种“收钱手快、办事手慢”的反差，寒了老百姓的心，也让群众维权无路，投诉无门。

农村污水治理是乡村振兴的民生实事，决不能流于形式、弄虚作假。相关乱象曝光后，涉事地区成立联合调查组开展整改，这是必须做好的第一步。但整改不能止于个案纠错，更不能陷入“舆情倒逼治理”的被动局面，必须拿出真问责、问真责的力度，对失职渎职、弄虚作假的责任人一查到底，让“假治污”付出代价，形成震慑，打消投机取巧者的念头。只有彻底扭转“重建轻效”偏向，把评判标尺交到群众手上，才能守住乡村生态底色，让民生工程落到实处、温暖民心。（**据《云南日报》**）



曝光中介涉税案

记者10月12日从国家税务总局了解到，当日，安徽、贵州、广西、浙江、山东等地税务部门集中曝光了5起涉税中介违规帮助他人偷逃税案件。这是今年税务部门第3次集中曝光涉税中介违法违规案件。

新华社发



■快 评■

住宅楼里的网约房不能成为治理盲区

随着文旅业蓬勃发展，一些人将私人住宅改成经营性民宿或网约房。有些在住宅楼内开办的民宿、网约房未经过合法合规审批便上网招租，影响居民正常生活，增加小区安全隐患，相关投诉迟迟未获有效解决。

点 评：

基层治理实践中，对住宅楼里网约房的监管常陷困境，其难点在于标准模糊与权责分散。一方面，现行法规尚未对此类网约房的经营性质、准入资质、治安管理标准等作出细化规范；另一方面，民宿管理涉及文旅、公安、市场监管、住建等多部门，职责边界交叉、监管衔接不畅，导致此类网约房游离于有效监管之外，形成治理盲区。

破解这一困局，关键在于构建全链条协同治理体系。首先，应进一步明确民宿、网约房的法律定位与准入标准。湖南等地就出台地方性法规，禁止在城镇住宅小区四层以上建筑内开办民宿，并强制要求取得利害关系业主同意。其次，应建立前置登记备案制度，将消防验收、结构安全、业主同意证明等作为备案必要条件，推动监管由“事后惩处”转向“事前过滤”。

住宅的核心属性是居住，“住改商”不能以牺牲邻里合法权益为代价。只有恪守法律，民宿行业才能行稳致远，实现经营者、住客与社区居民的和谐与多赢。（**据《河北日报》**）

理性看待“虚拟外卖”

近日，某社交平台上线一款“虚拟外卖”小游戏，其界面模拟真实外卖下单场景，用户通过小游戏不仅可以“选餐、修改地址、使用优惠券、确认下单”，还能看到出餐时间和骑手配送情况。不过，这些订单并非真实外卖订单，外卖也不会配送，为外卖支付的金额将存入用户在平台的“存钱罐”，随时可以提现。

点 评：

据研究，人们在线上购物下单时，能刺激大脑分泌多巴胺，产生愉悦感。“虚拟外卖”正是抓住了这一生理和心理机制，让用户在不产生真实消费负担的情况下，体验网上购物的快感。与此同时，由于“虚拟外卖”满足了部分用户在高生活成本压力下，寻求低成本情绪出口的现实需求，因此也被很多年轻人称为“赛博解压”方式。

多巴胺的属性，使得“虚拟外卖”很容易让部分用户欲罢不能；而“赛博解压”的定位，也容易让人在心理上放松警惕。因此，对待“虚拟外卖”，既要看到其作为情绪调节工具的积极一面，也要警惕其可能带来的负面影响。对于“虚拟外卖”，无论是普通用户还是监管部门，都应保持清醒与审慎，理性对待。（**据《广西日报》**）

付费可进天眼核心区 大国重器不容商业蚕食

作为国之重器，“中国天眼”FAST肩负着捕捉宇宙微弱电磁信号、探寻深空奥秘的重任。为守护这片地球上难得的电磁波宁静区，国家与地方专门立法划定保护范围，严格管控车辆与电子产品进入核心区。

然而，据报道，付费购买“天眼深度科普体验”项目，游客车辆经报备即可驶入核心区；游客花2688元入住当地酒店，就能跟着导游直抵天眼圈梁，甚至携带手机等电子设备近距离拍摄“锅圈”。

天眼的运行，对电磁环境有着近乎苛刻的要求。科学家打比方，手机产生的射频信号，比天眼要捕捉的宇宙信号强上百倍。一旦大量电子产品进入核心区，微弱的深空信号就会被电磁噪声淹没，科研观测工作直接受到干扰。

可如今，一些商家打着“科普研学”的幌子，把核心区参观做成了一门生意。旅游平台明码标价售卖深度体验套餐，酒店捆绑核心区参观抬高房价，甚至向外招募研学合作渠道，按人头收取费用。

更令人担忧的是，两道关卡仅核对车牌与人数，安检流于形式，个别游客私带电子产品进入核心区拍照打卡，社交平台随处可见游客在圈梁、馈源舱旁的合影。

商家一边宣传核心区严禁电子产品，一边通过报备通道放游客与车辆进入保护区，这种两面操作，本质上是借大国重器的名气牟利，把法律法规划定的保护红线当成可随意变通的弹性条款。

科普不等于无底线开放，近距离打卡更不是天文科普。当务之急，要彻查该酒店、旅游平台相关项目运营模式，对违规经营主体依法依规处罚，叫停涉嫌违规的深度体验产品。同时，也要全面排查核心区车辆报备、人员准入机制，堵住“花钱即可进”的漏洞。（**据《新京报》**）

以“绣花功夫”织就城市宜居宜业新图景

秋日上海，从“工业锈带”更新而来的“科创绣带”徐汇滨江游人如织，国庆期间接待游客超过40万人次；由原亚洲最大水泥厂留下的巨大筒仓改造的西岸穹顶艺术中心更是成为网红打卡地。这正是当下我国城市更新的生动缩影。

一处处老建筑、旧空间没有被简单推平重建，而是通过因地制宜的功能重塑，把沉睡的存量资源转化为科创、文化、公共服务的新载体，让闲置资产重新成为城市发展的活力支点。

城市更新的核心底色，是对城市文脉的尊重。北京用“老城保护”新思维替代过去的“旧城改造”，在保留老城历史肌理、人文乡愁的同时补齐民生短板；上海在街巷之间植入小型口袋绿地，打通原来碎片化的公共空间，既保护了上海老城厢的城市记忆，又满足了现代住宅建筑所需的采光、通风以及其他配套需求；重庆的“山城后巷”凭借独具特色的烟火气、文化味，成为游客与市民休闲消费的新空间……这类改造在保留历史遗存的同时推进活化利用，让古老文明融入现代城市发展，老街区并未在更新中失去根脉，在历史与现代的衔接中焕发出新的生命力。

人民城市的成色，不仅绘于摩天大楼的高度，更见于人间烟火的温度。老旧小区成套改造、加装电梯、公共设施配套……这些藏在街头巷尾的细碎民生工程，正是垒起居民获得感的一砖一瓦。“小而美”的微改造，瞄准的是大民生，营造的是让群众满意的高品质城市生活空间。

推动城市结构优化、功能完善、品质提升，要下足“绣花功夫”。慢工细活里藏着城市可持续发展的底层逻辑。从工业遗存的功能转型，到老城厢的渐进式保护，再到社区微更新的持续改造，一尺一寸盘活沉睡的闲置资源设施，一街一巷打磨城市肌理与街巷面貌，一点一滴营造有烟火气、有历史底蕴、有发展活力的城市生活圈。

（**新华社北京10月12日电**）

货不对板的网购生鲜产品岂能退货无门

花高价在直播间下单“5J特级车厘子”，收到的却是个头偏小、部分腐烂的普通果子；标称“果园现摘直发”的樱桃，快递单显示发货地竟是水果批发市场……据媒体报道，近日，网购农产品货不对板的投诉时有发生，而不少商家以“生鲜不支持七天无理由退货”为挡箭牌将消费者挡在维权大门外。

网购生鲜货不对板却退货无门的现象屡见不鲜。部分商家利用信息差，抓住消费者举证难、维权成本高的弱点，生硬引用“生鲜不退”条款拒绝售后。不少商家刻意对《中华人民共和国消费者权益保护法》中“鲜活易腐商品不适用七日无理由退货”的法定条款作出扩大化解读，将原本仅适用于消费者无理由反悔场景的规则，延伸适用于商品存在质量缺陷、货不对板、缺斤短两等经营者负有明确过错的全部情形，直接把法定例外条款异化为规避自身质量保障责任的工具。

事实上，“七天无理由退货”与“质量问题退货”是两个不同的法律概念。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》，鲜活易腐商品虽不适用“七天无理由退货”条款，但这仅针对消费者因个人喜好改变而发起的退货。根据该法第二十四条，若商品存在腐烂变质、缺斤少两、货不对板等质量问题，属于“有理由退货”范畴，消费者依法享有退货、更换或赔偿的权利。商家将“不支持无理由退货”扩大解释为“概不退换”，是典型的偷换概念行为。这种将“质量违约”混淆为“无理由反悔”的做法，是对消费者权益的漠视，严重破坏了市场公平。

生鲜电商不应成为法外之地，不能让“新鲜”变成“陷阱”。只有厘清法律责任，强化平台担当，畅通维权渠道，打破商家的“免责幻想”，才能守住消费者对生鲜电商的信任，推动行业与平台经济健康有序发展。（**据《北京青年报》**）