

耶伦访华的这个细节 值得华盛顿深思

美国财政部部长耶伦在中国进行的访问引发了多方关注。这是在4月2日中美元首通话之后,双方落实两国元首重要共识的最新举措,耶伦此行的目的就是“加强对话沟通,避免误判,推进合作,推动两国关系稳定发展,共同应对全球性挑战”。在美国处于大选年、中美关系面临更多不确定因素甚至是消极因素的背景下,这被外界视为两国关系走在企稳回升道路上的重要信号。

很多人注意到,耶伦此次对中国的访问为期6天,美方高官对一个国家进行这样长时间的访问,是不多见的。美国《政治》杂志网站认为,这是中美关系的一个“重大进展”。新加坡《联合早报》也认为,中美双方展现出很强的“政策韧性”。外界某种程度的乐观是中美关系现实的反映;与去年同时期相比,中美关系今年

以来尚未出现大的冲击性事件,各方面的交流都在延续恢复势头。

但这很难被视为华盛顿对修复中美关系抱有多大的诚意,外界对这样的积极态势能否在未来延续下去,也是存在疑虑的。虽说没有出现大的冲击性事件,但美方对中方的负面行动一直没有停止,针对中国的经贸科技打压措施层出不穷,制裁中国企业的单子越拉越长。就在耶伦访华同时,美国商务部部长雷蒙多和贸易谈判代表戴琪还在欧洲鼓动对中国芯片行业“采取必要的对策”。美方这些说一套做一套的行为,都在向中方、向外界传递出复杂的信息,让我们很难认为,美国放弃了把中国当作对手打压的战略冲动。

耶伦访华的一个细节或许更加值得华盛顿政治精英深思。无论是公开“下馆

子”、熟练使用筷子,还是言行举止中表现出的某种“亲民”,美方大概希望营造出贴近中国老百姓的亲 and 姿态,然而在中国舆论场上,很多人对这种姿态并不买账,批评华盛顿的音量仍然很大。这是中国民意的真实反映,美国言行不一的行事方式在很大程度上失去了中国人的信任,也可以说是中国人更“懂”美国了。如果美方真想从中国获得什么“信号”,这样的民意很值得他们去研究研究。

我们看到,包括美国媒体在内,世界舆论对中美沟通对话本身近乎一致地偏向积极,不少舆论之所以有隐忧,包含的一个主要态度还是希望中美关系能稳下来、好起来。中美相关对话机制,其中不少也是美方在主动推动和恢复,说明美方也认识到,中美不可能彻底“脱钩”,美国承受不了与中国全面冲突的代价。中美

合则两利、斗则俱伤,这不是一句空话,寻求合作是双方的必需而不是选择。抬高美国打压中国的成本不是我们发展的目的,却会是一个客观结果,这当中既包括中美利益交织的部分,也包括中国与世界的利益交融。

在与拜登总统的最新通话中,习近平主席高屋建瓴地指出了今年中美关系要坚持的几条大的原则,包括以和为贵、以稳为重、以信为本。其中的“以信为本”既是对中美关系的期望,更是对美方的要求,那就是用行动兑现承诺。有必要提醒华盛顿,如果美方现阶段对华政策展现出的相对务实一面,只是功利性的、机会主义的,那对中美双边互信造成的伤害将是长期性的。在耶伦访华后,我们希望看到美方践行“以信为本”的实际行动。

(据《环球时报》)

“免费试用”的连环套何时终结？

因为想用个滤镜,下载了一款App,页面显示“7天免费试用,到期自动续费98元,可随时取消”的修图软件,结果被直接扣了1年会费98元——据《法治日报》记者调查,不少消费者和吴女士一样掉进App“免费试用”“低价享用”的陷阱。

不少踩过“坑”的网友也吐槽,“明明显的是就买1个月,不知道什么时候就开通了自动续费。”“很多人会在7天后忘记关闭订单,就不能在试用结束前来个提醒吗?”

“免费试用”“低价享用”本是商家常用的一种营销手段,以此降低消费门槛,让消费者通过亲身体验加深对商品或服务的了解,让潜在用户转化为实际用户,扩大品牌影响力。只是这种打“亲民牌”的获客推广手段渐渐被一些商家“玩坏了”。从实体店到互联网平台,“免费”的诱饵一次次穿上“新马甲”,甚至变成了“坑你没商量”的“连环套”。

从“古早”的美容店、美发店利用“0元体验”诱导消费者充值办卡,到电话销售推销免费试用话费套餐、免费期一过就让话费“悄悄升级”,再到线上培训班先以“0元学”吸引用户入局,接着就推出“升级班”“大师班”督促缴费……消费者一旦“咬钩”,商家就会想尽办法加收费用,等消费发现“中招”时,已是“入坑容易退坑难”。对类似套路,有网友含泪总结道:“你想薅商家的羊毛,商家想掏空你的钱包。”

“免费”、低价的消费陷阱,不仅让消费者感觉“被侮辱了智商”,影响了消费体验,还消弭了其对商家和行业的信任。当“一朝被蛇咬”的消费者见到“免费”二字就条件反射般绕道而行,由此带来的对消费信心的挫伤、对商家信誉的怀疑,都不容小觑。

“定期自查自己微信或者支付宝的续费管理,把不需要的自动续费或自动扣款关掉……”不少网友给出了“避坑指南”,这实属无奈之举。维护、规范消费市场秩序,不能仅靠消费者吃一堑、长一智和“受害者联盟”抱团取暖,而是需要有法律、制度层面面对商家行为的刚性约束。

应明确的是,商家通过含糊不清、不完整的表述,诱导消费者在不充分知情的情况下被扣款,侵犯了消费者的知情权和选择权。将于今年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定,经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,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。也就是说,商家应将自动续费等相关条款内容以显著方式在广告页、商品页或支付页中进行标注说明,而不是故意和消费者“躲猫猫”,放在多数消费者都不会仔细翻阅的格式条款中。

真诚是永远的必杀技。对商家而言,与其费尽心机琢磨“新套路”算计消费者,不如用心做产品、诚信做服务,以真心换真心。

(据《工人日报》)

“提灯定损”损害了谁？

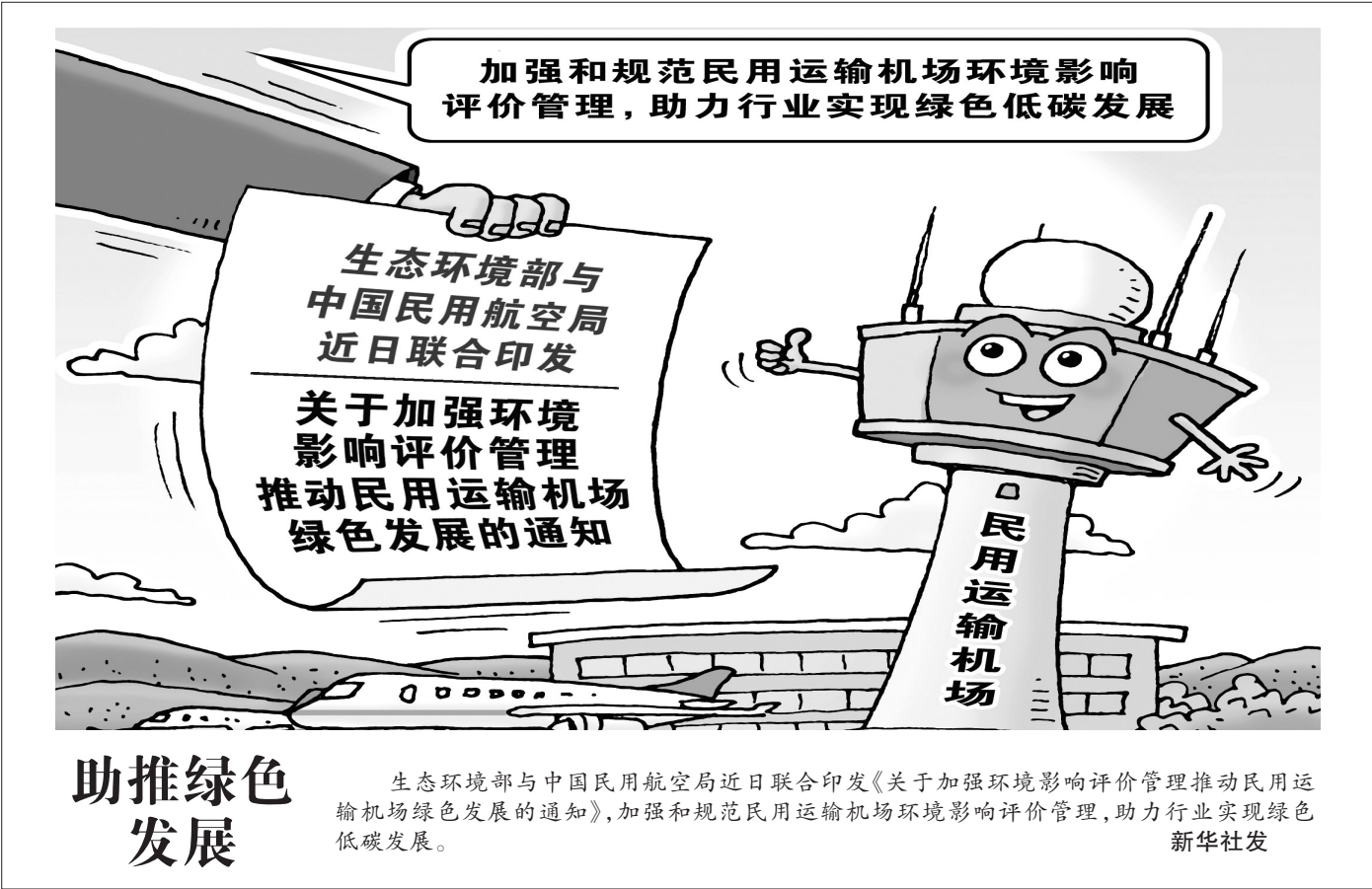
多天,真能造成如此大的损耗,以至于到了必须维修、更换的地步?客观地讲,如果租户确实对室内装修、家具电器等造成了明显损坏,理应承担赔偿责任。但索赔不等于狮子大张口,验收时吹毛求疵、“斤斤计较”,甚至要求高额赔偿,哪有这种道理?

事实上,“提灯定损”只是众多房屋租赁纠纷中的一例。它能引起诸多网友共鸣,也是因为现实生活中这类“扯皮”事件太多。单设电表赚取差价、退租强扣押金等乱象数不胜数。不少租房的人

苦“恶房东”久矣。甚至有人因为租住了表面精致、实际装修材料劣质的“串串房”,健康严重受损。说到底,在租房这件事上,作为消费者的租户仍处于“弱勢方”。

“提灯定损”至今热度不减,就是因其照见了住房租赁市场乱象。租房维修谁管?赔偿费用谁定?遇到不公怎么申诉?相关部门应当正视这些问题,建立起更有效的监管机制,让合法权益受侵害者敢维权、能维权,构建更加和谐的租房环境。

(据《广州日报》)



助推绿色发展

生态环境部与中国民用航空局近日联合印发《关于加强环境影响评价管理推动民用运输机场绿色发展的通知》,加强和规范民用运输机场环境影响评价管理,助力行业实现绿色低碳发展。

新华社发

气象部门提供“赏花情报”是公共服务更优打开方式

春季赏花受气象因素影响较大,即使是同一城市,几天的时间差,也会导致花朵盛开状态的不同。而线上攻略与实际行程往往存在“时空差距”,导致不少市民在线下赏花过程中“扑了空”。除用户自发分享的“实时花讯”外,上海市气象局也“坐不住了”,通过入驻平台,滚动提供上海热点赏樱地的花期预测和赏樱攻略,为市民游客提供更权威、准确的本地“花期预测”。

当前正值赏花的黄金季节,到热点景区去赏花成了大众的共同追求。不过,一些景点由于受季节性影响较大,如果没有掌握好节点,就可能错过最好的机会。因而,赏花时选择合适的时间

非常重要,只有踩准了时间线,做好了旅游攻略,才能更好地享受一场视觉盛宴。相反,如果对当地的天气和花期没有了解,贸然前行就可能会“乘兴而来,败兴而归”。

如果大多数人的旅游体验度不佳,不仅影响了公众假期的舒适度,也会降低对地方形象的认可度。

全民休闲的大背景下,实现文旅产业的高质量发展并成为经济增长的强大动能,离不开优质的公共服务作为基础。文旅产业的竞争力,既来源于景区的硬件建设,更需要以贴心的公共服务作为实质性要件。公共服务越是细微而精准,提供的信息越及时有效,为公众旅

游选择提供周到细致的服务,就越能打动和感染人,并由此有了高度的接受度、认可度和满意度。

公共服务如何完善、优化和提升?上海市气象局入驻大众点评,实时播报当地“赏花情报”的做法,则提供了极好的示范。专业部门发挥专业优势,为市民游客作出更贴合自身实际的选择,提供了权威的信息服务,让公共服务更加高效,更符合实际需求与现实需要。

希望更多地方服务部门主动弥补在公共服务上的短板,最终实现公共服务水平由量变到质变的升级。

(据《北京青年报》)

热点观点 | 05

文明出行 添彩美好生活

清明节假期,不少人选择外出踏青、旅游。一些地方发布倡议:避免野外用火、爱护公共物品、践行“光盘行动”……字里行间,都提示着文明出行的重要性。

点评:

旅游是一场丰富的体验,不仅可以饱览湖光山色,也可以感受风土人情。人与人、人与自然的互动,在旅程中十分重要。自觉排队、礼让互助,小朋友在家长的引导下遵守规则,不随意丢弃垃圾、爱护环境……人与人、人与自然之间和谐相处的细节,总会让人心情舒畅。沿途播撒文明的种子,不仅能让美丽风景增色,也能添彩美好生活。

习近平总书记强调:“要推动物质文明和精神文明协调发展,不断提升人民文明素养和社会文明程度。”人人秉持文明出行理念,将文明规范内化于心、外化于行,景区着力在完善设施、优化服务、加强引导、精细管理等方面下功夫,就一定能促进全社会文明水平的提升。

(据《人民日报》)

“无主快递”岂能随意做成“盲盒”

4月1日,有媒体报道韵达速递浙江义乌北苑营业网点涉嫌违法售卖退件等问题,将所谓的无主快递作为“盲盒”销售。当晚,义乌邮政管理局会同公安等部门,连夜组织查处行动,现已对涉事韵达法人企业进行立案调查,对涉事网点实施行政强制关停措施。

点评:

以“盲盒”形式售卖无主快递,将原收件人的完整信息都“打包”出售,不仅涉嫌泄露消费者的个人隐私,也违反了相关管理规定。对于“快速盲盒”乱象,监管部门要引起重视,督促快递企业依法依规处理好无主快递,避免无主快递被不法分子随意处置,快递企业也要履行好自身的管理责任,正确处理无主快递。对于一些借快递“盲盒”出售不合格产品、泄露消费者个人信息的商家,则要严查严处,提高他们的违法成本。

(据《中国妇女报》)

养老服务专业人才要“扎得下根”

近日,江苏公布了该省养老护理专业技术资格评审委员会评审结果,168人评上全国首批养老护理专业技术职称,在行业内引发热议。

点评:

有了养老护理职称,意味着养老护理职业从专业学科到人才队伍建设以及职业评价方面形成了完整体系,使得这个职业有了更高的“含金量”,社会认同度也得到了提升,职业发展通道更畅通。

当前,养老需求呈现出多层次、多样化、个性化的特点,养老服务的供给不但要细化,而且必须要跟得上不同老年人的需求,这对养老服务从业人员也提出了更高更专业的要求。相关从业者应该加强养老护理专业的理论知识和实际技能的学习,比如老年人的生活照护、身体的专业康复等,为老年人提供更加科学、高效的护理服务。

(据《经济日报》)

禁止电动自行车进入小区防火不能“一刀切”

据报道,近日,深圳万家灯火小区居民称,物业管理处以防范火灾隐患为由禁止电动自行车驶入小区,这种“一刀切”的举动给居民生活造成不便,停放在外车辆还出现了新的隐患。

点评:

小区以杜绝安全隐患为由,发文禁止电动自行车进入小区,这样“一刀切”的做法肯定不合适,不论执行主体是物业公司还是其他单位。而且,电动自行车停在小区外,充电势必是个难题。业主可能会冒险在家中或隐蔽处违规充电,反而让更多安全隐患变得更隐蔽。

近年来,大城市电动自行车保有量大与公共空间资源紧张的矛盾越来越大。在此背景下,属地和小区才应该让服务与管理更为精细化,而非粗暴地“一刀切”。

(据《新京报》)

饮料“营养分级”倒逼行业健康发展

近日,上海市疾控中心称,为引导公众健康饮食,该中心研制的饮料“营养选择”分级标识在上海开始试行。据悉,该分级标识通过四个等级,指标数据包括非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪、非糖甜味剂情况,帮助消费者避开高糖饮品。

点评:

近年来,消费者的健康意识大幅提升,对食品配料表的关注也随之提升,但配料表一般较为复杂和专业,普通消费者难以分清是否适合自己食用。上海市疾控中心推出的饮料“营养选择”分级标识,通过对饮料配料表规范管理,让食品标签更加透明,是用透明倒逼行业健康发展,值得各地借鉴。

(据《中国妇女报》)



“在这里 建设美丽乡村”
每声都在奏响生态乐章

挂失声明

本單位不慎將盐池县花马池鎮北塘新村扶贫互助社公章遺失,現申請挂失,自挂失之日起此公章無效,特此聲明。