要卸任的斯托尔滕贝格还在给世界埋雷

北约秘书长斯托尔滕贝格即将卸任，不出意外的话，将于下月在美国举行的北约峰会就是他的告别之旅。这两天，斯托尔滕贝格跑到华盛顿去给峰会打前站，同时炫耀一番自己的“政绩”，为9年的秘书长生涯留下一些政治遗产。他吹捧北约32个成员国中有23个达到了将GDP的2%用于国防开支的目标，还透露北约正讨论部署更多核武器。这些令世界深感忧虑和威胁的话，斯托尔滕贝格说起来云淡风轻，甚至非常兴奋。他还继续威胁中国，称中国在西方与俄罗斯之间难以兼得，若不改变路线，将会“付出代价”。

斯托尔滕贝格在任这9年时间，叙利亚内战延宕，乌克兰危机以及巴以新一轮冲突爆发，北约作为冷战的产物和世界上最大的军事集团，在其中所扮演的角色是不光彩的。尤其是乌克兰危机这场由北约东扩导致的冲突，令乌克兰陷入战火、欧洲更加分裂，北约则借尸还魂，就连美欧内部对此也不乏严厉的批评和警告。

而斯托尔滕贝格并不满足，他17日在华盛顿继续呼吁西方国家向乌克兰供应更多武器，称这是“通往和平的道路”。甚至连他自己都觉得说不过去，承认这两者“看似矛盾”。这就是斯托尔滕贝格掩盖战争企图和罪责的话术，也是整个北约的话术：说是预防危机，实则制造冲突；说是管理危机，实则加剧灾难。正如一位西方学者所总结的，入侵成了“人道主义干预”，政变成了“民主革命”，颠覆政权成了“促进民主”，炮舰外交成了“航行自由”，军事集团扩张成了“欧洲一体化”，支配成了“从实力地位进行谈判”。

我们看到，斯托尔滕贝格领导下的北约还企图染指亚太，配合美国的战略方向，推动“北约亚太化”。目前虽然这样的企图在亚太地区遭遇了大多数国家的抵制，因而只限于几个美国盟友组成的小圈子当中，但地区国家绝对不能麻痹大意。地区国家有维护地区和平发展大局的愿望，不等于北约就没有挑拨离间的企图。北约自身历史已经说明，它就是通过制造危机来强化其功能的，既然现在打算强化在全球范围内的存在和功能，那它就必然要制造更大的危机。

对这一点，国际上的有识之士，包括西方国家的有识之士，早已做过精辟的总结。像北约这样的组织，几乎染指了其诞生以来的所有战争和冲突，“一直做的事情是向外输出战争”，“只能带来更多问题”。在寻找敌人—制造危机—延寿续命的循环中，北约想把中国当成最新一环。近年来北约峰会声明中点名中国的频率逐年上升，针对中国的挑衅性动作越来越多。尤其斯托尔滕贝格本人，那套威胁中国在西方与俄罗斯之间必须选边站的说词，光今年已经说了好几回，还曾在2月份上演过访美6天7次“碰瓷”中国的“名场面”，其讲话中充满对抗性语言和冷战色彩。在美欧一些政治精英动辄高举“反对胁迫”“捍卫和平”等道德旗帜的背景下，他们应该为斯托尔滕贝格的言论感到脸红。

斯托尔滕贝格要这么费劲地去表演，利用各种场合鼓吹“中国威胁”，从一个侧面说明，这活不好干。中国一贯以负责任的大国形象参与国际事务，谋求的是和平、带来的是机遇，即便在北约内部，其32个成员国中的绝大多数主要贸易伙伴之一都是中国。这也是为什么北约要把中国列为“系统性挑战”的原因之一，对北约这样的“战争寄生瘤”来说，走和平发展道路的中国，当然成了“挑战”。

今年也是北约成立75周年。斯托尔滕贝格的那些好战言辞，恰恰是对北约在75年来所扮演角色的最好注脚。如果说斯托尔滕贝格这个任期留下什么遗产的话，那就是冲突和战争。人们尤其应当警惕斯托尔滕贝格兜售的“威胁论”。因为历史已经反复证明，那样的鼓吹总是与和平、发展和繁荣背道而驰，北约越是提高声量，热爱和平的人们越应当保持警醒。

（据《环球时报》）

“网红卖课”岂能“割韭菜”

“10节课编程入门速成”“5分钟掌握写作技巧”“7节课学会理财”……近年来，这些以快速入门、迅速见效为卖点的课程培训并不少见，引来无数追求知识更新的学习者。这原本应该是有助促进学习型社会建设的一件好事，但不良网红却借机精准拿捏用户需求，通过夸大宣传、虚假包装等手段高价售卖缺少实质内容的课程，让许多粉丝在跟风付费后却并未获得等价的知识或服务。

作为文化产业的新兴业态，知识付费行业在经历了现象化崛起、市场化发展之后，逐步走上产业化发展之路。然而，目前网络授课门槛较低，除少数行业外，多数行业对从业人员的入门资质并无明确要求。在这种背景下，知识付费行业从业者资质良莠不齐、鱼目混珠。比如一些网红化身“成功学导师”，通过制造焦点话题在互联网平台引流，制造粉丝焦虑，之后劝导粉丝买课入坑，实现自身流量变现。粉丝本以为是学习知识，却成了网红的“韭菜”。

面对此种情况，想要遏制“网红卖课”的野蛮生长，让付费知识产品产业走向高质量发展轨道，亟须规范化监督与管理。

从行业长远发展看，打造完整的知识付费消费权益保障机制，夯实市场运行的法律和制度基础尤为重要。一方面，短视频平台需承担更大的监管责任。要对商家的知识付费产品严格审核，并仿照传统型商品的消费评价机制，建立知识付费型消费评价机制，在此基础上，建立投诉受理调处机制，打通举报投诉渠道，确保知识付费产品内容真实、版权合法、监管有力。另一方面，政府部门要对知识付费平台进行监管，畅通消费者维权渠道，压实平台主体责任，保障消费者合法权益。同时，在国家相关部门的引导下，逐步设置知识付费行业的从业门槛，加快建立行业标准，刺激知识付费行业升级迭代。此外，消费者也要主动监督、维权，举报夸大宣传、以次充好等不良行为，倒逼知识付费产品提升含金量。

（据《中国妇女报》）

让教师潜心教书 静心育人

“教学之外的事务性工作明显减少了，我们有更多时间和精力投入教学。”今年一季度，江苏宿迁各类“进校园”事项同比下降85%以上，当地一名小学教师道出非教育教学负担减轻带来的正向变化。在宿迁，过去，一些学校各类评比考核创建事项、宣传推广活动等多而杂，如今，这些活动的总量、时长被严格限定，教师得以更加专注于教书育人、呵护学生成长。

为教师减负，就是为教育增效。前不久，中央教育工作领导小组秘书组印发通知，对开展规范社会事务进校园为中小学教师减负专项整治工作作出部署。各地结合实际细化本地区专项整治行动方案，着力推动工作落地见效。

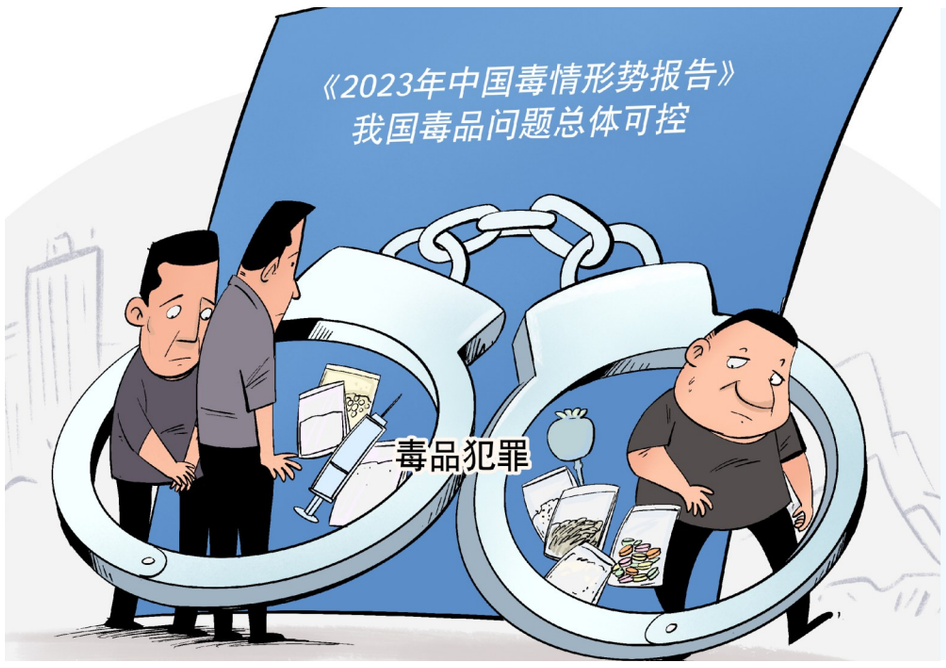
哪些任务确需教师参与，哪些应坚决杜绝？规范社会事务进校园、为中小学教师减负，首先要破解“把关难”。目前，各地落实专项整治工作要求，明确进校园活动准入标准，同时，建立审批报备制度，严控省、市、县三级社会事务进校园总量，建立白名单并向社会公布。

为教师减负，既要规范入口，也要规范过程。给教师带来无谓负担的，既包括各类与教育教学无关的活动和工作随意进入校园的问题，也包括社会事务进校园过程中重留痕轻实效的形式主义问题，如滥用应用程序、打卡、接龙、做题、拍照等。不妨考虑将进校园活动与学科教学、班团队会、校园文化建设等学校日常教育和管理工作有机融合，严控活动范围和时长，提升活动质量，增强育人实效。

让减负“看得见、摸得着”，一方面，要立足“减负”看“减负”，注重建立监督管理长效机制，通过监测、核查、通报等方式，常态化规范社会事务进校园。另一方面，要跳出“减负”看“减负”，扭转不科学的教育评价导向，坚持把立德树人成效作为评价学校的根本标准，把认真履行教育教学职责作为评价教师的基本要求。同时保障学校办学自主权，健全办学管理机制，激发中小学办学活力。把“当下改”与“长久立”结合起来，才能更好激励教师肯干能干做出成绩。

切实减少对中小学校和教师不必要的干扰，把宁静还给学校，把时间还给教师，方能让教师潜心教书、静心育人，培育全面发展、健康成长的学生。

（据《人民日报》）



全力防控毒品问题

国家禁毒办6月19日在京发布《2023年中国毒情形势报告》。报告指出，2023年，中国禁毒部门大力整治突出毒品问题，全力防控毒品问题反弹风险，毒品问题总体可控。

新华社发

“新机变老机”承诺岂可欺

近日，祝先生向澎湃新闻求助称，自己为体验新型飞机而购买相关机票，结果登机后却发现实际执飞的为老旧机型。

新机变老机，是否有问题？面对乘客的投诉，航司拿出自己的“运输条件”文件来辩解，“航班时刻表或其他地方所显示的航班时刻或机型，仅是预计的时间和机型而非确定的时间和机型，该航班时刻或机型不构成本航与旅客之间运输合同的组成部分。”这看似有理有据，但执行起来却给人一种“图片仅供参考，一切以实物为准”的既视感。这种随意使用最终解释权的做法，引起争议在所难免。

事实上，擅自更改机型可构成违约，已有现实案例。该案与本次情况相似，也是购票页面显示机型与实际执飞机型不符，乘客诉至法院后，一审二审均判令航司酌情赔偿1000元。

其实，按照朴素的市场交易原则，既然在售票时注明了飞机型号，也意味着在交易前立下承诺。如果没有提前告知，就擅自更改机型甚至降低服务标准，显然有违交易公平原则。况且，拿着带有明显格式条款特征的自家规定来辩解，也不一定占理。是否接受航司“以实物为准”的说辞，应由乘客（条款弱势方）说了算。

既是纠纷，也是提醒。随着乘客维权意识不断提高，航司应当更加谨慎，同时尽到提醒义务，尽量让误会消除在前。若纠纷无法化解，届时是以客户为本，选择纠纷止于诉前，还是以条款为准，辩解到底，这其实也反映出航司的企业价值观，而且有可能影响消费者用脚投票的结果。得失几何，需航司自己掂量了。

（据《广州日报》）

警惕研学生意披上公益“画皮”

又到暑期研学季，却有研学机构摇身一变，自诩“公益”，实则只为一己私利。

日前有媒体报道称，部分研学机构推出凉山支教研学项目，招募所谓“志愿者”参加“公益讲堂”“暑期支教夏令营”等，并收取上万元费用，引发关注。6月18日，当地通报对违规开展研学的排查情况，并公布下一步整治措施。

优质的研学产品，可以充实孩子的假期生活、增长见识、锻炼实践能力，也能一定程度上分担家长的“带娃压力”。然而，研学市场良莠不齐、鱼龙混杂，各类无资质的机构和带队老师都想来分一杯羹。以报道中提到的“研学支教”为例，动辄收费数万元，实际参与时间却严重不足；靠“卖惨式营销”吸引家长，却也成了压低食宿开支的借口；极少数能提供相应证明，更多则是虚假宣传、摆拍镀金……

从通报提供的信息来看，本地社会组织和在本地注册的旅行社并未直接开展“公益支教”相关的研学游活动，而来自全国各地的社会组织和公益机构开展的支教活动中，确实存在未报备、无资质等情况。然而，这仅仅是明面上的问题，仍有存在于边缘地带的、定义模糊的商业项目，需要更深入的专项整治。

公益不能沦为生意，支教更不能变成走过场、发证书。近年来，全国上下、各类单位和组织都热衷于参与支教等公益活动，大中小学素质教育中，也把志愿服务作为一项重要指标。然而，个别机构的行程安排，或是与支教八竿子打不着，或是缺少系统的培训和严肃的纪律，如何真正做到回馈社会？

到贫困地区走一走、看一看，这是体验生活而非参与公益；和当地的学生们玩耍合影、交换礼品，这是友好交流但也谈不上支教。支教应是一项目标明确、计划周密、专业性强的活动，要深入这片土地的肌理和学生们的心田，实事求是解决问题，饮水思源服务社会。对蒙在鼓里的孩子和家长而言，打着支教旗号的粗劣研学活动，不仅“坑钱”还“害人”。

公益能否和研学相结合？这也是此次事件带给许多人的思考。不可否认，部分适合学生参与的公益项目，能够提供宝贵的“社会课堂”，有效开展情感和道德教育。然而要将其落到实处，必须守住两条底线：一方面，坚持公益性，在必要范围内开支，绝不能“围着钱转”；另一方面，做好研学本分，完善资质、确保安全、突出教育意义。（据《南方日报》）

看电影还是求氛围？“预约放映”提供新思路

近日，北京多家影院上线了一项新服务，名曰“预约放映”，媒体将其形容为“拼单看电影”，消费者可以通过拼场的方式，在影院列出的拼单中，任意点播自己喜欢的电影，像《流浪地球》《流浪地球2》这样的大片，需要达到20人开场，《天空之城》《宇宙探索编辑部》5人起开场，而像《捉放曹》《茶花女》这样的歌剧电影，有2人“拼单”即可开场。

在社交媒体上，经常有观众在非周末、非黄金时间段晒出电影票，配文“包场了”。不过拼单看电影与包场的区别是，观众包场要看时间机缘，带有偶然性，而“拼单看电影”则是带有规则性质的服务，也就是说，这项服务，把观众包场纳入了日常运营管理，增加了观众观影的确定性，明确了观众包场的服务标准，能够激发出更多具有“包场”意愿的消费者，提高进影院看电影的频次。

在票价方面，“拼单看电影”给出的价格，从25元到45元再到50元、80元，完全是平时的正常价格，并没有因为提供包场的服务而提高票价。以这样的票价来吸引观众，正如影院负责人所说，“引流大于创收”。

“拼单看电影”，是注重影片的内容，还是偏爱影院提供的空间氛围感？在直观的消费层面，的确观众是奔着自己喜欢的影片类型而去的；但在文化心理和情绪价值体现方面，影院的空间氛围所带来的丰富感受。如果全国的电影院想从“拼单看电影”这项服务中得到最有用的启示，不妨把重点放在影院所独具的场所魅力方面，使影院能够与影迷在生活与精神上，建立更密集的联系。

所谓电影市场要往精细化、差异化的方向发展，除了要从市场各环节，重视主体地位的调整与转变。否则，市场主体无论怎么努力，都无法摆脱思维固化的经营惯性。而哪怕从庞大的消费者群体那里挖掘到一点点的真实需求，都有可能形成重要的收入来源。如果将观众对电影、对生活的所有需求都尽可能地以点连线，那么电影市场的热闹和繁荣，将不会停留在某个尴尬的点难以突破。（据《光明日报》）

■快 评■

小学生科普昆虫走红网络带来何种启示

近日，宁波一名11岁男孩开设科普账号，用视频方式向公众解说昆虫知识的新闻引发不小的关注。这名小男孩被称作“中国人自己的小法布尔”。法布尔是著名的现代昆虫学与动物行为学先驱，被誉为“昆虫世界的荷马”。

点 评：

数字时代，每个人都无法脱网生存，自然也包括儿童，学习并掌握基本的数字生存能力是现实需要。对此，要积极营造良好的网络环境，进一步完善儿童互联网运用相关政策，加大关心关爱力度，织牢织密儿童安全防护网。家长也需树立正确育儿观，面对流量的诱惑保持清醒，为孩子正常生活和健康成长创造良好家庭氛围。（据《光明日报》）

保鲜费用落在实处 才能让消费者安心

随着夏季到来，大量应季水果集中上市，快递保鲜费该不该收再次引发争议。据媒体报道，保鲜费并非冰袋等冷媒包装，而是指专属标识、优先中转、优先派送和售后等服务，有快递公司按照寄递距离收取3元至5元增值服务费。但消费者投诉称，所谓优先服务是怎么优先，究竟能快多少并不明确，保鲜费支付的不明不白。

点 评：

专属标识、优先中转、优先派送这类服务性收费，操作空间大、难以量化，而且这之中是否有将本应是快递公司职责之内的服务人为划归到保鲜服务费之中的情况也未尝可知。面对模糊不清的收费标准，消费者有疑虑在所难免。快递公司只有真正将服务项目落在实处，让消费者钱花得明明白白，才能在炎炎夏日让更多人安心尝鲜。（据《中国妇女报》）

高仿假货上下游都得查

6月16日，广州市知识产权工作领导小组办公室牵头成立联合工作组，依法从严从快查处侵权假冒违法行为。此次专项行动共立案调查17宗，查获注册商标专用权的商品约7600件，足见高仿假货之多。

货是假的，消费者却是按真品付钱。“一个包拿货3000元，代购可以卖到20000元”，甚至有顾客10年来买的包都是假的。消费者被坑的钱，被消耗的信任，都无法挽回。

点 评：

持续严厉打击侵权假冒违法行为之下，仍有这么多人铤而走险。斩断高仿假货产业链，需多管齐下、各个击破。无论是上游的厂家，还是下游在边缘地带打配合的游击队，都该在监管范围内，在严厉打击之列。每一环都严查，才能斩断假冒奢侈品的黑色产业链。（据《北京晚报》）

让口袋公园多“装”一些

广州今年将新增不少于30个口袋公园。广州市林业和园林局称，广州将推进口袋公园、体育公园适儿化建设，同时积极会同相关部门举办各类儿童活动及体育活动。

点 评：

口袋公园是城市的风景线，也是我们身边的小确幸。它主打的就是“小而美”：从空间看，多是从城市的闲置地、小型纯绿地等蜕变而来；从功能看，不仅可以扮靓城市“颜值”，也给了市民休闲游憩一个好去处。口袋公园建设绝非“一绿了之”，还需拓空间，做好“见缝插绿”，让闲置资源转起来，打造更多小而精的口袋公园。积极做加法，充分考虑需求，在硬件配备上加力完善、在服务功能上精雕细琢、在活动设计上出新出彩。（据《广州日报》）

灭火器材岂能中看不中用？

近期，一些新型灭火器材在网上流行起来，它们造型奇特，有些还可以充当家居饰品。记者在多家电商平台购买了六种网红灭火器材，涵盖水基底灭火剂、泡沫型灭火剂、干粉灭火剂、气溶胶发生剂四种类型，联合北京市大兴区消防救援支队，开展了灭火效果试验。结果显示，它们的灭火效果均不理想，甚至有的“越灭火越大”。

点 评：

提高消防安全意识，落实消防安全主体责任，强化用火用电用气管理，及时消除火灾隐患，这些都对消防产品质量提出了严格要求。基于此，我们一方面要倡导人们购买具有3C强制性产品认证的灭火器具，另一方面要从源头从严把控消防器具的生产、销售、监督管理，相关部门要有态度、有立场、有决断，全链条治理灭火器材质量问题，坚决守住消防安全底线。（据《工人日报》）

宁夏金谷拍卖行拍卖公告
中国拍卖行业协会AA企业

受委托，我行将于2024年7月5日15时在我行拍卖厅对位于兴庆区新华东街金泰大厦B座18层东D室住宅房进行公开拍卖，房屋建筑面积271.40㎡，参考价：94.95万元。

标的自公告之日起由我行组织勘察，竞买人也可自行前往查看，有意竞买者请于拍卖日前向拍卖人指定账户交纳2万元保证金后持有效身份证明与我行办理竞买手续。拍卖成交后办理房屋过户手续时买卖双方交易税费按照国家规定各自承担。

公司地址：银川市金凤区北京中路51号瑞银财富中心B座13楼

联系电话：0951-6986816

减资公告

宁夏金槌拍卖行（有限公司），统一社会信用代码：916400007359687762，经股东协议研究决定予以减资，注册资本801万元人民币减至701万元人民币，请有债权债务的单位或个人自登报之日起45日内前来办理清算手续，特此公告。

宁夏金槌拍卖行（有限公司）
2024年6月20日