

# 中国的坚定 让世界绿色转型更可行

巴黎奥运会刚刚落下帷幕，外媒就不无担忧地报道称，“到2050年，世界大部分地区将因过热而无法举办奥运会”。世界变得更热了、极端天气来得更频繁了，这是很多人都切身感受到的变化。未来只能在南半球的冬天举办“夏季”奥运会似乎并不是危言耸听。在人类生存之问的考验面前，全世界都在寻找解题之法，中国给出的最新方案是经济社会发展“全面绿色转型”。

党的二十届三中全会提出了进一步全面深化改革开放的一系列目标，其中包括“加快经济社会发展全面绿色转型”。中共中央、国务院近日印发《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》（以下简称《意见》），这是中国从国家层面首次对全面绿色转型进行系统部署。拥有14亿多人口的世界第二大经济体，在提出“双碳”目标之后，主动提出“全面绿色转型”。在全球绿色转型进程面临波折、气候议题趋向政治化、绿色贸易壁垒升级的时刻，中国为破碎的蓝色星球补上了一块关键的拼图。

为应对气候变化，中国在2020年向世界宣布，力争2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和。4年过去了，中国交出的成绩单十分亮眼：相关数据显示，截至今年6月底，中国可再生能源装机规模达到16.53亿千瓦，占总装机的53.8%；风电和太阳能发电总装机容量首次超过煤电。近日，外媒纷纷关注中国首次问鼎风力发电机专利竞争力排行榜榜首。国际能源署之前发布的《2023年可再生能源报告》指出，中国去年太阳能光伏发电装机容量相当于2022年全球的装机容量。中国正在按照自己的时间表，逐步兑现对自己、对世界的诺言。

此次出台的《意见》，科学设定了绿色转型的时间表、路线图、施工图，对“美丽中国”发展路径的部署更加具体和全面。比如，以雄安新区、粤港澳大湾区、长三角等地理依托打造“绿色发展高地”；将绿色产业与人工智能、大数据、云计算、工业互联网等结合，加快“数字化绿色化协同转型发展”；从政府、企业、消费者三方面着手，系统部署“绿色消费”。可以说，《意见》从供给侧和需求侧两端共同绘就了一幅中国绿色转型的蓝图，也必将推动中国在全球绿色产业链中发挥更大作用。

在中国目前取得的全面绿色转型成果中，“建成全球最大、最完整的新能源产业链”是值得骄傲的一项，同时中国“新三样”走出国门，凭借物美价廉和高质量服务换来消费者的有口皆碑。但这种突破却引来欧美一些国家的忌惮，它们频繁以“产能过剩”为由挤压中国绿色产业的发展空间。殊不知，正是中国借助自身技术创新及完备的产业链体系，为全球提供了可负担的绿色转型方案，让新能源更可行。欧美国家新能源产品的质量和价格暂且不论，其高昂的成本并不适合广大发展中国家的新能源转型结构。在这种情况下，中国产品和发展中国家的绿色转型需求相向而行，为“全球南方”国家深度合作提供更大机遇。

有统计数据显示，2018年至2023年全球可再生能源年净增额的复合年增长率为10%，但非洲仅为5%。对包括非洲国家在内的“全球南方”国家而言，问题根本不是为制造绿色壁垒而炒作的“产能过剩”，而是能应对气候变化、满足绿色转型的产能或技术不足甚至空白的问题。数据显示，2023年中国新能源汽车对非洲出口同比增长291%。这几年，中国价廉物美的清洁能源产品不仅给了非洲在绿色转型上与发达国家看齐的机遇，也帮助那里偏远村庄中的孩子们实现在电灯下读书的需求。中国绿色产业与“全球南方”国家的彼此成就，有合作共赢的基础，也有护佑民生的温暖。

正如《意见》开头就明确指出的，“推动经济社会发展绿色化、低碳化，是新时代党治国理政新理念新实践的重要标志”，其中也包括“参与引领全球绿色转型进程”。作为全球绿色转型有目共睹的强引擎和动力源，中国对绿色转型系统且坚定的谋划和行动，也将进一步坚定“全球南方”国家实现工业化和经济增长双重目标的信心；相信其他一些国家也必将认识到，中国在绿色转型上的探索和坚定实践具有重要积极意义，让中国绿色转型的后腿最终是扯自身以及全球绿色转型的后腿。

（据《环球时报》）

## 快评 要让内容“搬运工”搬不动

近日，某短视频平台用户实名举报一名拥有百万粉丝的博主窃取其视频内容卖课，引发网友热议。随后，涉事博主在某短视频平台上更名并删除了全部视频。

点评：

盗图盗视频不是小事，“流量病”绝非“小病”。长此以往，原创者的创作信心受挫、平台公信力下降，恶性循环之下，优质内容从何而来？对此，平台必须保持清醒，对“搬运工”“剪刀手”不能心慈手软。一来，要完善原创保护措施。尽管不少平台已设置“原创”标识申请功能，但对于移花接木、掐头去尾式的“搬运”仍无明确的裁判标准。二来，要细化侵权惩治规则。一些平台在发现侵权问题后，通常只通知侵权者删除视频，对大批量“搬运”作品的用户缺乏有效、有力的打击，难以形成震慑。三来，要动用技术加强“查重”能力。对于侵权的“搬运式”内容，平台并非无计可施，不能只靠粉丝、原作者发现和举报，有必要对内容相似度极高的发布者进行提醒、监测。绝不能让不劳而获的“搬运式”内容大行其道、损害行业生态。（据《广州日报》）

## 共促旅拍行业良性发展

当古镇遇见旅拍，奇妙化学反应就此热烈发生：在黔东南西江千户苗寨、在贵阳青岩古镇，熙攘的人群中，不乏身着各式民族服装的年轻男女，风情服装与古朴建筑相映，相机镜头定格瞬间。而今，旅拍已成为四海游客热捧的行程，旅拍市场持续升温。

旅拍的美妙，在于能够让人暂时离开熟悉的环境，去感受不同的风土人情、自然风光。对不少游客来说，穿上当地特色服装到景点“打卡”，是留存美好记忆的另一“打开方式”。与此相伴而至，旅拍这一新业态也成为推动地区文化旅游产业发展的生力军。

当旅拍风吹拂黔山贵水，我们乐见，享有“文化千岛”之誉的贵州，因民族风情旅拍而被更多人熟知，也越发深刻意识到旅拍行业在贵州优势明显、潜力巨大、空间广阔。抢抓市场趋势风口，挖掘整理地域文旅资源，创新旅拍业态模式，贵州着实大有可为。

纷繁热闹之中，也要冷静分析行业现象，应对挑战。旅拍市场的日渐火热，吸引大量商家涌入新赛道，也衍生出诸如占道拍摄、干扰景区游览秩序、低价竞争、摄影师及化妆造型师不专业、服务流程不规范等各类问题，影响游客体验感，有损地方文旅口碑。

越是在旅游服务消费势如潮涌的时候，越需要绷紧行业自律和品质提升这根弦。监管部门要加强经营秩序的管理和引导，文旅部门要加强行业指导和政策辅导，文保部门要压实责任找准保护传统文化与满足游客需求的平衡点，凝聚合力共促旅拍行业良性发展。

（据《贵州日报》）

## 种牙市场乱象纷呈 呼吁更透明的价格标准

近年来，种植牙费用大幅降低。不过，有患者发现：一些机构不满足于只挣一颗牙的钱，坏牙拔，病牙也拔，甚至还哄着拔好牙，多拔才能多挣，在拔牙数量上让消费者多掏钱。某些机构还以“免费检查”“低价体验”等方式吸引患者，再通过增加服务、添加耗材、捆绑消费等方式，增加服务过程中的各项花销。

去年年初，国家医保局首次开展种植牙集采，曾经上万元一颗的种植牙价格大幅下降，大大减轻了患者的负担。然而从媒体报道来看，一些医疗机构为了增加收入，又通过各种套路，在患者身上打起了各种歪心思。比如，明明可以修复治疗，也要坚持拔牙种牙；再比如，故意模糊治疗方案，在后续治疗过程中额外增加各种治疗费用……

诸如“哄拔好牙”“低价陷阱”等乱象，不仅损害了患者的合法权益，还会加剧劣币驱逐良币，破坏医疗行业的良性健康发展。

面对夸大病情、误导消费等医疗套路，呼吁从业者加强自律、坚守医德，还远远不够。这些医疗机构之所以敢用各种套路收割患者，是基于对利益最大化的盲目追求，也是因为患者往往难以察觉自身被误导的困境。

看病种牙不同于普通的购物消费，医疗服务有着一定的专业性，在信息不对称之下，患者对于病情的实际情况以及治疗方案的选择，往往只能听从医生的指导。这种专业上的依赖性，为一些医疗机构谋取不当利益提供了便利。它意味着，仅仅靠患者擦亮眼睛、提高警惕，也难以以一己之力，完全规避潜在的陷阱与风险。

要保护患者的利益，更重要的是加强行业监管，强化执法打击力度，提升医疗服务透明度。

比如，敦促医疗机构公开价格信息、治疗方案、风险告知等内容，将服务项目、价格标准充分透明化，甚至还可以制定种植牙服务收费标准参考价目表，让患者更充分了解自己的病情和治疗方案，可以在市场上“货比三家”，自主选择医疗服务。

另一方面，建立畅通的投诉举报渠道，鼓励患者和社会各界，对种植牙行业的违法行为进行监督和举报。

不管是执法发现还是举报曝光，对违反法律法规的行为，如夸大病情、误导消费、虚假宣传等，一旦查实，要依法进行严厉打击，提高违法成本，形成有效的震慑力。（据《光明网》）

## 牙齿矫正低龄化 乱象亟须“矫正”

“牙齿矫正不要错过发育期”“别让丑牙令孩子自卑”……记者调查发现，暑期是儿童整牙高峰期，近期社交平台上有许多类似的广告宣传。越来越多低龄儿童进行牙齿矫正，让孩子身心健康面临多重风险。

点评：

对于错颌畸形患儿，进行牙齿矫正很有必要，但儿童矫正并非越早越好，否则可能会影响孩子正常的生长发育，甚至对他们造成不可逆的伤害。有的口腔医疗机构为了利益“贩卖焦虑”、危言耸听。因此，家长在面对孩子的牙齿问题时，要保持理性态度，应该先咨询专业牙医的意见后再做选择。有关部门要加强对市场的监管力度，严厉打击虚假宣传和违规操作行为，保护消费者的合法权益。同时，应加强科普宣传，提高公众对牙齿矫正的正确认识，从而作出正确选择。（据《中国妇女报》）

## “小哥码” 数字治理的一小步

外卖员能不能进小区？如何让外卖配送安全且有序？这是外卖员、物业管理人员和消费者的三方难题，也是社会治理难题。近日，浙江省杭州市找到了破解难题的“钥匙”，推出“小哥码”：外卖员通过实名认证、扫描小区场所码、出示电子通行证，可以顺利进入小区送单。

点评：

“小哥码”的推出，是城市治理智慧和数字技术应用的一次完美结合。它充分利用了大数据、云计算等现代信息技术手段，实现了对外卖员身份的快速验证和通行记录的追溯管理。同时，“小哥码”集成了多种实用功能，如提供小区楼宇分布信息破解外卖员找楼难、“暖新导航”指引外卖员找到服务驿站、“安心公寓”为外卖员提供平价公寓便捷申请等。这些功能的实现，不仅体现了城市治理的精细化水平，也彰显了城市对基层劳动者的关怀。

值得注意的是，“小哥码”的潜力还有待进一步释放。随着技术的不断进步和应用的不断深化，“小哥码”有望与更多社会服务体系对接，为外卖员、快递员等灵活就业人员提供社保、医疗、教育、住房等更多社会保障服务。（据《陕西日报》）



当前，为加大保障性住房建设和供给，满足工薪群体刚性住房需求，各地正加紧筹建配售型和配租型保障性住房。深圳、广州、西安、杭州等城市已开工建设一批配售型保障性住房项目。福州、郑州已启动当地首批配售型保障性住房的中购配售工作。

新华社发

## “骑行限制60周岁以下” 别忽视老年人的需求

近日，针对网友“大理洱海步道电动车租赁年龄限制60岁太低、希望放宽”的建议，云南大理市洱海管理局回应称，将认真调研此问题，配备由专职工作人员驾驶的观光车、酒吧车等。

应当说，涉事企业限制骑行年龄，是基于风险防范。一方面，出于骑行安全的考虑，国内大多数城市（包含大理市）在城市标准道路上行驶、运营的共享电动车高龄限制为65周岁；另一方面，由于该步道游客行人多、路况复杂，且部分路段弯道较多、多路路段临崖靠边不具备安装护栏条件，对骑行用户的车辆操控反应、身体素质要求更高，“骑行限制60周岁以下”隐伏着良苦用心。

早在2020年10月，公安部门就放宽小型汽车驾驶证申请年龄，取消70周岁年龄上限。对70周岁以上人员申领驾驶证的，增加记忆力、判断力、反应力等能力测试，保证身体条件符合安全驾驶要求。“骑行限制60周岁以下”虽然初衷良善，但方法僵化、在操作过程中不够人性化，最终导致效果不尽如人意。

“骑行限制60周岁以下”不仅让游客的利益诉求没有得到满足，也让其权利与尊严受到了损害。害怕承担责任、担心摊上事儿，让一些地方戴上了“有色眼镜”，对老年群体另眼相看。

打破年龄歧视，关键在于减少商家的后顾之忧，通过专门的责任保险实现商家、消费者和保险公司的良性互动，实现三方风险共担、责任共担，以降低商家的压力与风险。让商家轻装上阵，他们才会有底气、有勇气来接纳老年群体。在做好风险防范的同时，商家也要为老年群体提供更加差异化、精准化、个性化的服务，赢得他们的青睐。

更进一步说，建设老年友好型社会，不仅需要公共部门的“制度补血”和社会层面的尊老敬老，也需要市场力量融入其中，让老年人被温柔相待。（据《光明网》）

## 首个婚姻类职业本科“招生火爆” 如何办好更关键

民政职业大学婚姻服务与管理专业，被誉为我国第一个婚姻类职业本科专业，今夏开始招生。据该校相关部门负责人介绍，今年该专业面向全国12个省份招收70人的招生名额全部招满，其中大部分省份录取最低分高出当地本科线40到80分。

据中国青年报报道，黄晓强是该专业的教研室主任，负责招生咨询工作，他认为今年的招生咨询可谓“火爆”。他说，从高考结束到填报志愿的一段时间里，每天都要接二三十个电话。“我们有3条热线”。

婚姻类职业本科专业招生“火爆”，说明这一专业颇受欢迎。但要办好这一专业，必须培养出社会所需要的高层次婚姻管理与服务人才。要通过培养高素质的婚姻职业人才，回应社会存在的“只是把专科变本科”的质疑，并形成本科职业教育类型教育的特色。

据统计，我国之前就有13所职业院校

设有“婚庆服务与管理”专科专业。因此，举办婚姻服务与管理本科专业是有基础的。但是，社会也存在为何要举办婚姻类本科专业的质疑，认为培养专科层次的婚姻职业人才“足矣”，开设婚姻类职业本科，会出现“学历高消费”问题，不过是把专科学历变本科学历，以学历为卖点吸引学生报考。

我国发展“幸福产业”，需要大量的高素质职业人才，举办婚姻类职业本科专业，正当其时。

总体看来，我国高等学校、专业，对学生具有两方面的吸引力。一是“学历吸引力”，即完成学业获得相应的学历，二是“发展吸引力”，即完成学业后，可以获得更好的职业与事业发展。

而进入高等教育普及化时代，大部分适龄学生都获得进大学的机会，普通高等院校的“学历吸引力”下降，学生和家長更看重“发展吸引力”。在今年的高考录取中，多地出现高考高分生放弃进名校而选择职业本科院校，就是从看重学历转换为看重就业、职业发展。

因此，办好婚姻类职业本科，不能光强调“本科学历”，更要强化以就业为导向，通过产教融合、校企合作培养模式，形成专业特色。

我国举办职业本科，发展本科层次的职业教育，就是要破除社会存在的“唯学历”评价体系，把职业教育办成与普通教育平等的类型教育。这要求所有职业本科院校，必须坚持职业教育定位，以就业而不是以学历为导向培养人才。

简单来说，如果婚姻类专业“升本”后，只有学制不同（比专科多一年）、学费不同、毕业证书学位证书不同，而没有师资、课程与培养模式的“升级”，学生所学内容差不多，行业对毕业生的评价并不高，那么，靠“学历吸引力”是走不远的。（据《羊城晚报》）

## 中药餐饮不能沦为营销噱头

中药茶饮、中药面包、中药冰淇淋……最近，一股“万物皆可入中药”的风潮在餐饮行业大火。伴随中药餐饮逐渐“火出圈”，也有消费者表达了自己的质疑：喝中药都要按照剂量服用，奶茶、面包里的一点点中药成分有用吗？

点评：

近年来，中医药热度持续不减，体现出中医药的魅力。然而，中医原本需要对症下药，而市场上许多商家并不了解中药知识，也没有医疗专家坐诊指导用药。当食品安全问题与用药安全问题叠加，可能带来的健康隐患不容忽视。这也导致一些消费者逐渐从对中药饮方的信任转变为对这场“火热市场”的观望与质疑。因此，“万物皆可入中药”的这股热潮确实需要冷静下来，中医药养生也绝不能沦为商家宣传营销的“噱头”。

（据《中国妇女报》）

## “空奶盒空笔芯”热卖为哪般

世界之大，无奇不有。如今，空盒子、空笔芯成了“网红商品”。空牛奶盒，28元100个包邮；空笔芯，100根21.14元……在电商平台，这类商品正悄悄流通着。

有学生解释，买空笔芯是为了表明“写过的作业多”；还有学生说，上交空奶盒可以证明自己够“环保”。理由令人瞠目。

面对教师布置的作业，有人将其当成一个表现和竞争的契机，抢着完成还不够，甚至人为“加码”；有人习惯跟风从众，笃信“枪打出头鸟”；不敢不配合；有人担心没完成作业被老师另眼相看和区别对待，陷入“别人都这样，我不这样会吃亏”的“囚徒困境”……网购空笔芯，既有部分学生和家長“不得不如此”的无奈，也离不开一些人的“推波助澜”。

再说空牛奶盒。生态环境和每个人息息相关，环保教育很有必要，但也要因材施教，不能“一刀切”。不是每个家庭都有喝牛奶的习惯，喝牛奶的家庭，牛奶消耗量也不一样。一旦“以数量论英雄”，投机取巧就成了必然，反倒形成浪费。

单一、片面的教育评价，或能带来好看数据、耀眼成绩单，却让教育失去初心，甚至沦为纯粹的形式主义，上演“糊弄到底”的闹剧。

不论是开展环保教育，还是评价学生

学习态度，都应有更加科学、更加丰富的操作方案。环保教育的成效不在于收集了多少个空牛奶盒，而是有没有将环保理念融入实践中，做到知行合一。评价一个学生是否认真学习，也不在于拥有多少空笔芯，而是能否养成良好的学习习惯、塑造自律的意志品格。

消减“网购空笔芯空牛奶盒”，亟需深化教育评价改革。健全多元评价和分类评价，平衡过程性评价与结果性评价，完善综合素质评价体系。当教育评价更加科学、合理，流于形式的“数量竞赛”就会失去生存空间，给学生和家長切实“减负”。（据《安徽日报》）

## 乐见“新广货”硬核出海

今年以来，广州在汽车、新能源、船舶、美妆等出口“新星”产品的增长态势突出。一批“新广货”的出海，步伐更快、目标更高、实力更强。

点评：

“新广货”成了一些海外地区“Top品牌”，为“广货卖全球”写下新的注脚。从“老三样”到“新三样”，从跨境电商到海外建厂，从技术出海到产线出海，不断刷新成绩表明，广州外贸新动能正在加快转换，积极拥抱国际大市场。随着“广州制造”加快跃向“广州智造”，企业深度转型升级，政策服务更加高效“丝滑”，相信更多“新广货”将硬核出海，把“广货”名片越擦越亮！（据《广州日报》）