

# 中印关系新进展 需要持续呵护加固

在中印已就边境有关问题达成解决方案后，印媒最新报道称，双方将于10月28日至29日在所谓“拉达克地区”东部两个点位完成脱离接触。这引发了国际社会的高度关注，对于推动两国关系早日重回稳定发展轨道具有重要的现实意义，也无疑为维护和地区稳定注入了新的积极因素。

2020年6月中印在加勒万河谷爆发冲突，这既是当时两国老问题与新矛盾的相互叠加，也与国际和地区形势深刻变化密切相关，加剧了边境地区形势的复杂局面，对中印两国政治互信、舆论走向、民意基础均造成了严重损害。四年多来，两国两军围绕早日实现边境局势稳定进行了数十轮磋商协调，不断缩小分歧，持续扩大共识，巩固磋商和协调工作机制所达成的成果，终于一步步走到当前的阶段，可以说来之不易，也水到渠成。

这反映出中印对于双边关系要稳定、要发展的共同认知，展现出两国致力

于通过和平磋商妥善处理分歧的积极意愿，为这个动荡不安的世界树立了两个相邻大国在通过务实谈判、磋商解决边境有关问题时理性、克制、耐心的正面形象。中印的这一进展，不仅有助于打破多年困扰双边关系发展的僵局，为两国各领域关系重回正轨奠定了基础，也用实际行动有力回应了国际社会绝大多数国家希望中印关系稳定发展的殷切期望。

有理由相信，对于这份历经四年曲折、难能可贵的解决方案，中印双方下一步会倍加珍惜。而此前运行良好的两国边界问题特别代表会晤机制，也将继续发挥作用并扮演好两国战略事务沟通的重要角色。多家印媒报道表达积极预期，希望中印两国在客运航班直航、电子产品制造、制药、电动汽车、投资、高级别外交互动和国际多边等领域开展合作，还表示“印度的国家利益要求与中国建立更好的关系”。

当然，舆论中也有“仅迈出一步”的

谨慎声音。这同时提醒我们，僵局虽破，重回正轨可期，但消除隔阂、重建信任需要时间和耐心。变乱交织的世界既给了中印关系具有超越双边范畴的重要影响，同时也为中印关系稳定发展增添了更多来自外部的不确定因素，对双方解决问题的智慧都提出了更高的要求。

为了让今后的中印关系少一些反复，减少第三方包藏祸心的地缘政治干扰，双方应尊重和恪守此前和最新达成的一系列边界问题协定、协议和议定书。中印要总结过去冲突管控中一些好的做法和经验，进一步明确双方今后处理边境突发事态的要求和规范，明晰双方在边境地区合作的范围和机制，在最终公正合理解决之前持续为两国关系改善和发展营造合适的氛围。有必要强调的是，千万不能把当前协议视为“战术性缓和”的权宜之计，或当作向第三方要价的政治筹码，甚至还预留今后“单方面解释”后手，从而引发新的战略谈判。

与此同时，中印关系过去一段时间波折折下的经验和教训，也应为双方当前的国内和国际环境中准确看待彼此提供一个新基点。中印关系从来不是单一维度的，也没有“龙象之争”的宿命论方向，边界问题不是双边关系的全部，互利合作符合双方的共同利益。就实现现代化这一追求而言，中印可以是而且应该是相互成就的同行者，而印度的“战略机遇期”最可能来自亚洲团结以及“全球南方”的共同发展、共同进步，而不是来自所谓“削弱中国、取代中国”的假设上。

作为多种因素的混合载体，边界问题最能挑动两国社会的敏感神经。希望双方把这次解决方案创造的转机用好，把两国之前在各层级取得的共识继续落实下去，相向而行推动实现中印边境地区形势的新常态，推动双边关系正常化持续迈进。只有这样，才是对两国民众的福祉负责，对世界的稳定与发展负责。

(据《环球时报》)

## 快评

### 酒店“订后即焚”有利有弊

近日，“酒店订单订后即焚功能引争议”话题登上热搜。从“阅后即焚”到“订后即焚”，在现实中，诸如此类的隐私保护功能设计不在少数。

#### 点评：

为何“订后即焚”惹了一身腥？订单信息具有双重属性，既关乎用户隐私，也是购买服务凭证。“订后即焚”一方面面临道德审视。有人认为这提供了“毁单灭迹”的工具甚至是在助长不轨行为。但需要看到，酒店预订信息泄露事件屡见不鲜，一些用户主动使用该功能保护隐私也在情理之中，不可一棒子打死。另一方面存在维权风险。误点、误用咋办？如何凭借“消失的订单”维权？平台会不会拿它当“免责声明”来逃避责任？在种种担忧之下，该功能在某平台上线7年实际使用却不多。这也提醒平台，要充分考量消费者权益的整体性和复杂性，增强系统思维、做好长线售后，莫让服务沦为“鸡肋”。

(据《广州日报》)

### 考研保分必过不可信

近年来，随着考研竞争越发激烈，考研辅导市场需求大增，各类辅导班雨后春笋般涌现。其中，打着“保分”“必过”旗号的考研保分班，更是吸引了大量渴望在考研路上取得佳绩的学子。这一现象反映了考生对优质教育资源的强烈需求。

#### 点评：

对于考生而言，选择考研辅导班时应保持理性，不应盲目追求“保分”“必过”等承诺，要慎重了解机构的师资力量、教学质量、学员反馈及退费政策等关键信息。增强自我保护意识，对机构的宣传保持高度警惕，避免落入虚假宣传陷阱。

从政策层面看，相关部门应加大对考研辅导市场的监管力度，建立健全相关法律法规，严厉打击虚假宣传、无证经营、不履行退费承诺等违法行为。可通过建立白名单机制，对合规经营、教学质量高的辅导机构给予政策支持和表彰，通过正向激励引导机构改变辅导策略，提高考生的综合素质和学业水平，营造一个公平、透明、健康的教育市场环境和产业生态，引导行业向更有序、可持续的方向发展。(据《经济日报》)

### 从泰山“机器狗”爆火 看科技改变岗位需求

近日，泰山上一只“机器狗”火遍全网。它身驮重物在陡峭山路上“健步如飞”，从山脚到山顶仅用了2小时。外交部副部长华春莹在社交平台发文为泰山“机器狗”点赞：“机器狗在雄伟的泰山上充当搬运工，科技造福人类。”

有人说科技的意义在此刻具象化了。在新质生产力快速发展的大背景下，泰山“机器狗”只是信息技术与科技创新大发展下的“一个切面”，从实践来看，随着诸如云计算、大数据、5G等技术日益推广，新业态、新事物、新领域层出不穷。

#### 点评：

科技是发展的利器，只有服务于人，才能行稳致远。针对“机器狗”的探讨，实质是探寻如何让科技更好造福人类、服务于人。

为适应新一轮科技革命和产业变革加速演进，发展新质生产力，促进产业升级的需要，近日中共中央、国务院出台了《关于深化产业工人队伍建设改革的意见》，首次将创新能力和劳动付出、技能水平并列提出，为产业工人下一步发展指明了方向。我们只需做好准备，拥抱变革，未来，新技术行业必将进一步开拓就业创业新空间。(据《工人日报》)

### “你买菜我帮做”菜市场“代炒”为何火了？

“你买菜我帮做，收费10元起。”最近，菜市场“代炒”这门生意，在上海、深圳、义乌等多地火了起来。顾客在菜市场买好菜后，只要在“代炒菜”档口付上几元到十几元不等的手续费，就可以实现“从摊贩手中接过新鲜食材，拎着热乎的现炒饭菜回家”的全过程。

按理说，现在实体餐饮业和线上电商都比较发达，不想自己下厨，可以点外卖或出门外食，丰俭由人；想吃顿健康家常菜又没时间到超市采购，也完全可以线上选好食材，等待送货上门。那么，为什么有人会在做饭、外食和外卖之间，选择到菜市场“代炒”？

主要原因还在于：当下，不少餐饮模

式虽成熟发达，却也有些不尽如人意的痛点。点外卖时，人们难免心生顾虑：这家出餐这么快，会不会是充满“科技与狠活”的预制菜？餐品使用的食材够新鲜可靠吗？后厨环境卫生过关吗？慢慢的，学会点外卖前先看看店家的资质，通过月销量、出餐速度、网友评价等蛛丝马迹判断其是否靠谱，或者索性自己先线下光顾一趟，确定店家不是“三无”小作坊才敢点外卖，就成了很多“外卖党”的必备技能。

一些上班族本就时间紧张，如果不能到下班，还要经历“极端通勤”，回家可能就要到晚上七八点钟。饥肠辘辘之下，尽快吃上热饭才是当务之急。

如此看来，也就不难理解菜市场“代

炒”这一细分市场为何会应运而生。人们在菜市场走走逛逛，寻找些“下顿吃什么”的灵感，挑选出最饱满鲜嫩的蔬菜、新鲜放心的海鲜鱼肉，然后安心地交给“代炒”厨师，告诉对方自己想要什么口味、哪种做法，刚买的鱼肉是要清蒸还是加酸菜，便可以轻松搞定吃饭问题。

如今，一些地方开始尝试打造“农贸市场+”的理念，更加注重卫生条件改善，引导商户提升服务意识，在硬件设施上加入通风、排烟系统等，菜市场慢慢变为让人感到更加舒适、更愿停留的地方。当环境设施双双改造升级后，“代炒”这种新兴业态便自然而然地火起来。毕竟，谁又能拒绝摆在眼前、热腾腾的“锅气”呢？(据《中国青年报》)



10月28日，成都市公安局通报一起制售假冒品牌火锅调和油案，打掉制假源头工厂7个，初步查明累计销售假冒品牌火锅调和油650万瓶，涉案金额1400余万元。

新华社发

### 是“定金红包”还是引流把戏

今年“双十一”，各大直播间纷纷发放“定金红包”。这个看起来是在送福利的活动，让不少网友深感被套牢。

据报道，不少消费者反映，在拥有千万粉丝的“香菇来了”直播间内买虾，商品页面显示需付尾款99元，可真到付款时尾款就涨到121元。记者观看“香菇来了”直播回放发现，主播反复声称“可以参加定金红包”“先付定金，再领取22元大虾品类券”，也在主页轮播图、详情页提供品类券领取教程，但全程未说明品类券是限量领取以及品类券的发放时间。另据本报报道，有的直播间，消费者用上“定金红包”后，商品到手价竟比直接购买还高。

用促销手段吸引消费者无可厚非，但部分主播的“定金红包”，显然包藏歪心思。有的主播拿“定金红包”当噱头，搞先涨后降的把戏；有的主播模糊“定金红包”的领取规则，先把消费者骗进直播间再说。“定金红包”沦为主播引流工具，忽悠消费者的幌子。

多年来，“双十一”花样百出的优惠规则已经让消费者身心俱疲。消费者愿意蹲守直播间抢“定金红包”，不过是希望得到一份直截了当的实惠，不会想到部分主播毫无诚意可言，“定金红包”是诱饵，薅“羊毛”是真。消费者白白浪费时间和精力不说，还被欺骗了感情。要是消费者一再失望，到时候不管给出什么红包，恐怕难以挽回他们的心了。

“双十一”前夕，各地市场监管部门发出网络集中促销合规提示，提醒网络经营者不得采取“先提价后折价”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销活动。“双十一”促销正在进行中，平台应加强监管，查查还有多少“定金红包”正在套路消费者，把违规促销的把戏从平台清理出去；主播也该明白，别在概念上整花活，多一点真诚，少一点套路，就是给消费者最大的红包。(据《北京晚报》)

### “景区禁止自带食品”属霸王条款

“只有他们(景区商家)卖的东西才可以带进去吃，我们自己拿的食物就不能带。”近日，有游客发布这样一则视频。视频中，景区工作人员制止了游客自带食物上山的行为，称清扫任务重，“每天山上都是鸡爪、瓜子皮”。景区能否自带食物之争并非个例。国内多个景区曾以污染环境为由，作出“禁止在景区内冲泡面”“不得以任何形式给游客提供开水泡面”等相关规定与倡议，并由此引发争议。

景区工作人员以“山上垃圾多、清扫任务重”为由，制止游客自带食物上山。这种拿环境保护说事、干预游客行为的情况，看似不无道理，实则有害法规，当属“霸王条款”。其背后用意就是为销售景区商家的产品创造条件，诚如网友评论：“不如明说只能买景区的东西吃”。

现实中，诸如“景区禁止游客自带食品”之类的规定不乏其例，且频繁成为热议话题，凸显公众对景区过度商业化趋势的忧虑。比如上海迪士尼乐园禁止携带食物入园，稻城亚丁景区禁止游客自带泡面等。根据我国《消费者权益保护法》相关规定，“消费者享有自主选择商品或者服务的权利”“经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定”。由此解读，景区无正当理由禁止游客携带食物，涉嫌侵犯消费者自主选择权；没有合理的法律依据或未经合法程序制定，以规定或告示形式作出的禁止性规定，当属无效条款。

别把餐饮服务当小事，更别希冀霸王条款损人利己。谨记消费者对景区拥有“用脚投票”选择权，以优质服务赢得游客光顾才是景区做大做强之道。(据《扬子晚报》)

### 个个都是“五常大米”？农产品“蹭名牌”亟待“打假”

近年来，我国各地农业品牌如雨后春笋般发展壮大，农产品“三品一标”影响力稳步提升。但伴随品牌溢价和网购日益普及，一些知名度较高、溢价较强的农业品牌被侵权、被“碰瓷”事件频发，农业产区“搭便车”“蹭名牌”等现象，不仅让消费者“李达”“李鬼”难辨，更扰乱了农产品品牌市场，掣肘农业健康发展，影响我国实现农业强国建设目标。

眼下，特色农产品成为我国部分地区打造特色经济、促进农民增收、农民增收的致富产业。尤其是已获得地理标志认证的农副产品，往往意味着更高的市场认可度、相较同类产品更高的价格。于是，一些渴望高价的销售者、生产者动起了让自家农产品“蹭名牌”的歪脑筋。

据了解，当前，农产品区域公用品牌被侵权情况较为严重。2021年至2023年，国家市场监督管理总局已公布384个农业品牌行政处罚案案例。

质量参差不齐的“李鬼”农产品走进市场，不仅会破坏好不容易创建的品牌口碑，损害上游生产者利益，还会降低各地培育精品农产品品牌的热情，甚至对整个农业产业链造成无法估量的损失。

当下，网络平台已然成为各类农业品牌侵权事件的重灾区，品牌保护和“打假”刻不容缓。应采取“疏堵结合”的模式，构建一个兼顾农业品牌保护和健康发展的市场环境，为农村土特产打造“金名片”，促进农业产业持续升级，助力我国向农业强国迈进。

一方面，通过科技赋能，疏通优化农业

品牌保护建设渠道。加快完善农产品管理机制，持续推进注册商标、地理标志保护工作，可通过区块链等技术，实现全链条数字化管理，确保数据不可篡改和信息实时共享，针对不同特性的品牌，采取差异化管理策略，全方位提升品牌管理效率和精准度，让品牌建设更完善、保护更顺畅。

另一方面，通过政策加持，严堵农业品牌侵权监管宣传漏洞。联合多部门对侵权行为严查严管，尤其是通过法律手段和市场监督，严厉打击假冒伪劣农产品，维护市场秩序。同时，加大宣传力度，通过多种方式向社会公开获得地理标志授权的农户名录和典型侵权案例，提高公众对知识产权和地理标志品牌的保护意识，从源头减少侵权行为的发生。(据《新华每日电讯》)

### 吃完螃蟹卖蟹扣：自己人为何“背刺”自己人？

连日来，大闸蟹迎来了消费旺季，出于防伪考虑，品牌大闸蟹都会在蟹钳上“锁一个”塑料扎带，称为蟹扣。然而，仍有一些违规蟹扣交易在隐秘处进行，一些不良商家给普通蟹扣带上“名牌扣”，使其身价倍增。更令人费解的是，在这场违规交易中，还活跃着消费者的身影。

一些人在吃完螃蟹后将印有“阳澄湖”标志的蟹扣挂在二手平台上售卖。“阳澄湖大闸蟹的防伪蟹扣，自己在家吃的，随便卖着玩，就8个”“阳澄湖大闸蟹防伪蟹扣16个”。或是想回点本，或是单纯觉得好玩，但无论出于何种目的，都会让品牌大闸蟹的打假之路更加艰辛。此外，还会对阳澄

湖等知名品牌造成难以挽回的负面影响。

因此，在二手平台上转卖蟹扣的行为看似无伤大雅，实则是对其他消费者、品牌商家和市场监管部门的“背刺”，并且最终会反刺在自己身上。当市场上假蟹扣的组合越来越多时，鉴别难度也会越来越大，最终，自己又如何确认吃到嘴里的那只螃蟹是来自阳澄湖还是其他湖呢？

在网络平台上，这样的“背刺”也并不少见。随着互联网的快速发展，网购充斥着我们的生活。许多商家为了使自己的好评率高一些，往往会在快递中附带上一张1到5元不等的“好评返现红包”。消费者在收到包裹后，尽管有时实

物与图片严重不符，但为了红包，还是会打上一个违心的五星好评。这使得“商品评价”的可信度越来越低，许多不明就里的人在拿到商品的那一刻不禁发出疑问：这质量，还100%好评？

“无脑好评”的行为看似获得了一时之利，却会助长网购市场的歪风；商家不努力提升商品质量而一心钻营“好评之道”。长此以往，谁还敢买没有“运费险”的商品呢？

“我为人人，人人为我”，若是只顾个人利益和眼前利益，抛弃集体利益和长远利益，相信在不远的将来，那根由自己埋下的刺也必将刺向我们自己。(据《红网》)

### “中医夜市”何以热起来

据媒体报道，近来，北京、合肥、南阳等地都办起了“中医夜市”，涵盖问诊、开方、针灸、推拿、养生、保健、膳食、文化推广等诸多活动，吸引不少市民特别是年轻人排队“打卡”。在“中医夜市”上把把脉、扎扎针，买个香囊、喝杯茶饮，成为不少年轻人夜生活的新选择。

#### 点评：

推广中医药文化、普及中医药知识、营造重视健康的氛围，“中医夜市”开了一个好头，找到了推动中医药大众化、生活化的新路子。相信在科学指导、合理规划、严格监管下的中医药推广，定能找到医院、企业、市民之间良性互动、共同促进国民健康的合规路径，真正为国民保健注入更多活力。(据《光明日报》)

### 水军刷屏控评 稀释的是诚信

近期，上海警方全链条捣毁一个有偿组织网络写手，撰写、发布不实帖文的“网络水军”犯罪团伙，抓获犯罪嫌疑人11人，涉案金额达200余万元。

这些“网络水军”通过批量发布虚假帖文，掩盖真实评价，诱导消费者的决策。这种行为不仅违背了市场公平竞争的原则，也侵犯了消费者的知情权和选择权。同时，破坏了网络空间的信任基础，稀释了市场交易诚信。

#### 点评：

要有效治理网络水军问题，不仅需要政府层面的立法和监督，更关键在于商家自觉诚信经营。要赢得好的消费口碑，获得消费者和市场的青睐，提升自身的产品质量与优质服务才是正道和关键。“诚信为商之魂，无信则商无根；守诺为商之本，失信则商自崩。”希望更多的商家是在消费者如潮水般的点赞中行稳致远，而不是在水军千篇一律的刷屏中覆舟而亡。(据《红网》)