

中国用“发展”书写全球化共赢新叙事

■快 评■

给手机按下暂停键

你敢挑战一天不碰手机吗？有全国人大代表建议未成年入每学期选定一天,开展“息屏24小时”行动,引发社会热议。

点评:

这一建议的初衷,在于引起公众对手机使用时间过长的重视,让孩子多去探索现实世界。的确,水拍涯岸、丛林鸟鸣,自然的声音悦耳动听。相比游戏里的输赢,运动场上的协作拼搏,不仅强身健体,更能磨砺品格。搭积木、拼拼图、做彩塑,这些源于真实场景的鲜活触感、专注投入收获的满心欢愉,是使用电子产品难以替代的。可以说,适当降低对手机的依赖度,在一定程度上就是在提高我们对生活的掌控度、感知力。

“息屏”是对青少年的倡议,也是给成年人的提醒。减少手机依赖需要全社会行动起来。沉溺于滚动信息流带来的即时满足,很有可能会透支“精神电量”。适时“息屏”,让生活更精彩。不妨重新思考与数字技术的距离,定期给自己按下慢放键、给手机按下暂停键,试着纾解与手机分离的焦虑。走起来、跑起来,听听风的声音、闻闻花的芬芳,何尝不是很好的休息放松? (据《人民日报》)

秦岭不可盲“穿”

近日,陕西省首例组织非法穿越秦岭核心保护区民事公益诉讼案宣判。西安铁路运输中级法院当庭判令被告西安艾斯洛克户外运动有限公司立即停止组织人员到秦岭核心保护区开展登山、穿越活动;赔偿生态修复费用2万元,并在省级以上媒体向社会公众赔礼道歉。

点评:

秦岭核心保护区生态系统复杂且脆弱,登山、穿越活动会对秦岭的生态环境、生物多样性等造成影响。法律要让违法进入秦岭核心保护区开展穿越、登山活动的组织和人员付出代价,才能形成强大震慑。(据《北京晚报》)

编故事忽悠消费者是在自毁商誉

近日,有网友发布视频称,其在上海某家餐厅花480元吃到半只鸡,店方还称鸡是喝牛奶、听音乐长大的,引发热议。

点评:

餐厅有自主定价的权利,但不能偏离价值规律。以音乐熏陶和喂食牛奶养鸡,明显违背了基本常识。鸟类几乎不产生分解牛奶糖分的乳糖酶,过度进食牛奶,不但无法被消化吸收,还会让小鸡营养不良。商家以编故事为噱头提高定价,本质上是利用了公众的知识盲区。天花乱坠的营销、模糊不清的标价,这种套路一旦被曝光,就是在透支品牌的信誉,最终只会搬起石头砸自己的脚。(据《湖南日报》)

弹窗广告别太任性

使用某软件时,突然出现引流购物的弹窗广告,因找不到关闭按钮,只能无奈退出;上小学的孩子用电脑浏览网页时,屏幕不时弹出情色广告,点击关闭按钮后却弹出另一个网页……据报道,近来,网上关于互联网弹窗广告的吐槽多了起来。

点评:

以文字、图片、视频等形式出现的互联网弹窗广告已非新鲜事物,不能一键关闭、弹出频率高、误点后会自动安装垃圾软件等,是公众吐槽最多的问题。其实,近年出台的一系列政策法规中都对弹窗广告标明关闭标志、确保一键关闭做了明确规定。然而,现实情况不容乐观。除了解决用户举报维权比例较小而广告收益高这对矛盾外,加大不法广告投放运营者及相关平台的违法成本,也十分重要。(据《工人日报》)

假招牌换不来真繁荣

近日,上海普陀警方侦办了一起假冒必吃榜牌子的案件。这家餐厅悬挂的某平台“必吃榜”,竟是从一家网店自行购买的。

点评:

商家伪造假招牌,靠“贴金”忽悠消费者,实质上是一种虚假宣传。好评和口碑已成为不少消费者做选择的重要参考,但“刷好评”“买口碑”等风气也愈演愈烈。营销套路再花哨,不如把菜做好,把服务做实,否则虚假繁荣原形毕露。毕竟,真口碑才是商家的“金字招牌”。(据《湖北日报》)

为“一张门票管3天”点赞

近日,广西出台《广西国家A级旅游景区“一票3日使用制”实施方案(试行)》,规定游客从第一次入园之日算起,3日内可持该门票再次进入景区游览。该方案实施时间自2025年3月17日起至2026年2月28日止,劳动节、国庆节、春节3个法定节假日及相应调休日除外。

点评:

“一张门票管3天”,让利于游客,看似少赚了门票钱,但带动游客多停留在当地消费,在提升旅游体验的同时,更助力地方旅游经济高质量发展。这样“抓大放小”,值得点赞。(据《人民政协报》)

3月23日至24日,中国发展高层论坛2025年年会在北京举行。今年论坛以“全面释放发展动能,共促全球经济稳定增长”为主题,吸引了国内外各百余位正式代表,包括政府官员、企业高管、专家学者和国际组织代表共话发展、共商共赢。通过这一高规格的国际对话,中国向世界发出明确信号:在风起云涌的世界局势中,中国选择用“发展”这把钥匙,重新开启合作共赢的全球化叙事。

眼下,全球经济复苏乏力,贸易摩擦阴云未散,国际舆论场中不乏对立与对抗的鼓噪,论坛的召开为走出阴霾提供了思路。发展是经济增长的路径,是人民幸福的基石,更是化解矛盾的良药。作为全球第二大经济体,中国始终以普惠包容的理念推动构建开放型世界经济,这不仅体现

出大国担当,也为全球经济注入了宝贵的稳定因素和预期支撑。

发展是各国人民的共同渴望,而中国正在成为凝聚发展共识的强力磁场。对于今年的论坛,很多人有两个突出感受。一个是“新朋友”多了,跨国企业派出正式代表的国家增至21个,美国的苹果、辉瑞,欧洲的西门子、宝马,韩国的三星、日本的瑞穗,还有马来西亚、巴西等全球南方国家的企业高管积极参会。另一个是“新气象”生机勃勃,全国两会有关“全方位扩大国内需求”“培育壮大新兴产业、未来产业”“在扩大开放中拓展国际合作空间”等积极信号的释放,提振了跨国企业的信心。

连日来,商务部部长王文涛会见博通公司、奔驰集团、宝马集团等企业高管,

展现中国持续扩大对外开放的决心;三星电子和高通高管访问小米汽车工厂、苹果CEO登上景山等冲上互联网“热搜”,向世界传递了合作共赢的积极信号。在经济全球化深入人心的今天,发展从不是独奏,而是各国协同合作的交响乐。

中国发展高层论坛既是政策沟通的“扩音器”,也是务实合作的“推进器”。从科技创新到绿色发展,从消费提振到金融创新,12场专题研讨会覆盖全球经济的关键议题,而“开放”是其中一个醒目的“子目录”。当某些国家高喊“脱钩”“断链”时,中国通过持续开放传递了捍卫多边主义的决心。DeepSeek的开源大模型清楚地告诉世界:经济全球化并非已经“终结”,而是在新一代技术变革的浪潮中迎来新生。今年的年会上,人们看到了宇树科技、地平线、小

红书等一批中国发展的“新势力”。

从积极参与国际分工,到成为全球制造业中心;从专业领域的追赶者,到前沿技术的开拓者,中国的发展经验中包含着适应经济全球化的主动性。经济全球化成就了中国经济,中国又通过经济全球化造福世界,这本身就是一个富有说服力的故事。面对世界气候变化、人口老龄化、科技革命“双刃剑”等种种挑战,没有一国能独善其身。中国发展高层论坛立足可持续发展,汇聚各方智慧,应对共同挑战。

“让发展成果更多更公平惠及全体人民”,在复杂多变的国际形势中,中国发展高层论坛传递了中国全面深化改革的定力与共享发展机遇的诚意。正如一位跨国企业负责人所言:“在中国扎根,就是投资未来。” (据《环球时报》)



记者3月24日获悉,人力资源社会保障部近日下发关于进一步加大金融助企稳岗扩岗力度的通知,在原有小微企业基础上,将小微企业主、个体工商户等个人纳入稳岗扩岗专项贷款支持范围;同时提高授信额度,将小微企业最高授信由3000万元提高至5000万元,对个人最高授信1000万元。

新华社发

将“差评权”还给消费者

“差评区怎么是一致好评?”“之前的差评在评论区找不到了?”据报道,在一些电商平台商品评论区较为规范后,差评区被控评、被操纵的现象又在直播电商平台滋生蔓延。

在“流量为王”的网络购物环境中,不少电商直播商家为了逐利不择手段。他们“雇佣水军”刷单控评,让消费者只能看到“好评”。即便买家在收到商品后悔莫及,想要去差评区“吐槽”,也会发现这样的“输出”好像“石沉大海”。在这种情况下,消费者权益、网络市场的公平竞争环境和社会诚信体系

都受到了影响。

刷单控评干扰消费者决策,就是损害消费者权益。网络购物往往存在一种信息不对称的情境,消费者会因为图文、视频、评论、主播等因素影响他们对商品质量的判断。《中华人民共和国电子商务法》第十七条明文规定“电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者”。“差评权”虽然并未在我国法律中直接使用,但在网络购物高速发展的今天,“差评权”是消费者的知情权、监督权、批评权等在

“坐不下去”的商场马桶 破解之道在哪里?

近日,记者走访北京10余家商场发现,在更“偏爱”坐厕的商场,不少马桶圈上有踩踏痕迹,有顾客直言,会蹲在抽水马桶上“方便”,这么做是因为对马桶圈卫生情况的不信任。

商场卫生间坐便设计,本是一种如厕设施升级,能够提供比较舒适的如厕体验,更好地照顾老人、孕妇等人群的如厕需求。这本是好事一桩,但实际使用中却屡遭嫌弃,让很多人直呼“坐不下”。

坐厕变“蹲坑”,看似是小问题,却是人们现实中普遍遇到的困扰。所以,很多人也有此疑问,为何外表光鲜亮丽的商场坐厕的卫生程度,还不如机场等常

年人流密集之处?这无疑是值得商场管理方反思的。

先说说,马桶是怎么变蹲坑的。理由也很简单,坐厕卫生普遍更为不堪,以至于很多人宁肯等“蹲坑”也不会选择坐便。所以,不得已使用坐便的人就发明了一种新式如厕方法——蹲姿。

这就进入了一个恶性循环,在周末如厕高峰,工作人员难以保证“一人一清洁”,着急的人无奈采用蹲姿如厕,这一举动自然也增加了商场保洁人员的清理工作,清洁效率更低。久而久之,不仅坐便使用率降低,也让不方便使用蹲便的人难以下坐。

私吞差价不能成为一笔糊涂账

并吞下差价。

私吞差价不能成为一笔糊涂账。专家指出,“退高买低”侵害了消费者的财产权安全权和个人信息权,消费者有权向相关代理机构和平台要求赔偿。众所周知,相关代理机构和平台本已赚取了佣金,却仍私吞差价,这种不光彩的行为,已经涉嫌违法,既侵害消费者的合法权益,也侵犯航空运输企业的正当权益。

早在2016年,民航局就发布通知对此类行为说不,《中国民用航空电子客票暂行管理办法》规定,行程单上客票价格必须与实收金额相符。如今,多家

航司重拳出击,向“退高买低”等行为“宣战”,具体做法是,在核实确认旅客“买贵了”后,将先行垫付旅客相应的差价损失,并按照协议约定对涉事单位采取追责措施。

从常理看,机票价格跳水,差价应归旅客。换言之,旅客买贵了,应拿回应得的差价。这种差价不能让相关代理机构和平台据为己有。同时,相关代理机构擅自订订旅客机票,涉嫌违法。消费者有权要求“退一赔三”,维护自身合法权益。

私吞差价,表面上看只是一种牟利行为,而实际上已经构成了对消费者、对

铁路积分优惠 敬老还需适老

4月1日起,国铁集团在现行“铁路畅行”常旅客会员服务基础上,对年满60周岁的常旅客会员实施火车票票面金额15倍积分政策。

换算成真金白银,15倍积分是什么概念?在现行积分规则下,铁路常旅客会员每消费1元积5分,积分可为本人或指定受让人兑换火车票,兑换火车票时100积分可抵1元人民币使用,而年满60周岁常旅客会员的15倍积分,则相当于普通常旅客会员的3倍。

细看铁路部门近年的动作安排,从购票到乘车,处处都藏着“适老密码”:12306“敬老版”累计服务超1223万人次,为购买卧铺车票的年满60周岁老年旅客自动优先配售下铺、车站预约服务让无陪伴或行动不便的老人全程有“扶手”……硬件改造与软性服务不断升级,既体现了铁路适老化服务不断优化,也蕴含着激活银发经济的深意。

但必须看到,适老化服务不仅是“有没有”的问题,更要考虑“优不优”。进一步优化老年人出行体验,还需认真考量,解决“最后一公里”的体验痛点。

(据《广州日报》)

近日,李康(化名)因公出差,在第三方平台购买了山东航空从青岛市飞往上海市的机票。但是,李康在机场打印行程单发现,行程单价格为650元,比他实际支付价格低了240元。经交涉,李康最终拿回了差价。

谁私吞了差价?综合相关案例可知,旅客机票被“退高买低”,差价“不翼而飞”,已经成为行业内的潜规则。近年来,伴随节假日或出行旺季临行前机票价格跳水,一些平台和机构看到高差价带来的“商机”,于是顶风作案,在未告知消费者的情况下私自“退高买低”