# 以"焕新"之笔绘就绿色发展新图景

今年6月23日至29日为全国节能宣 传周,活动主题是"节能增效,焕'新'引 领";6月25日为全国低碳日,活动主题是 "碳路先锋、绿动未来"。一时间,从城市 到乡村,从企业到个人,全国范围内掀起 了一股绿色发展的热潮。

全国节能宣传周和全国低碳日,是 对全社会的一次绿色动员。随着时代的 发展,其重要性更加凸显。数据显示,"十 四五"前四年,我国能耗强度累计降低 11.6%,节能降碳力度持续加大。面对全 球气候变化与资源约束的双重挑战,唯有 以更加坚定的信念、更创新的措施、更务 实的行动,持续书写绿色发展新篇章,方 能守护好绿水青山,让绿色成为高质量发 展最鲜明的底色

近年来,我国将绿色发展摆在突出

供需关系入手

破除"年龄歧视"

3亿,银发群体成为消费市场的重要力

量。然而现实中,银发消费却屡遭隐性

"年龄歧视",暴露出老年群体消费权的保

护缺位。老年人消费受阻,不仅影响个体

生活质量与社会参与,更削弱内需动力。

需求,平衡权益保障与市场风险。可通过

立法,保障老年群体在文旅、体育、购物

等消费领域的平等权利。比如,《上海市

养老服务条例》等文件中包含了反歧视条

款,明确处罚措施,确保执法力度,约束

市场自然选择倾向。再如,北京"孝心

保"等保险,创新老年人消费保险制度,

逐步构建"政府支持+保险分担+企业参

与+组织共担"的协同机制,分散市场风

险,共担市场责任,让商家"敢服务"、老

上着重发力。旅行社、健身房等消费场所

之所以将老年消费者拒之门外,共性考量 是"不挣钱,责任大"。破解这一难题,要

调整好老年消费中的供需关系。通过产

业、财税等政策引导,激发社会活力,鼓励

企业创新,提供更多适老产品,拓宽服务

渠道,满足老年人的多样化需求,形成供

求的专业服务队伍,提升旅游领队、养老 护理、金融顾问等岗位技能标准,加强服 务规范性。健全专业标准与监管,例如聚

焦"强制购物""霸王条款"等痛点,推动制

定老年消费细分领域服务规范,让专业服

推动养老资源向社区下沉,鼓励基层政 府与社会组织共建老年友好型社区。通

过老年人公租房优先配租、法律援助联

动等机制,减轻个体风险,实现服务公平

可及,切实推动养老从"家庭事"变成"社

立积极老龄观。让老年人消费无障碍、服

务无歧视、权益无缩水,是市场完善的要

求,更是社会文明的标尺。全社会要合力

推动"老有所享、老有所为"的价值取向,

构建包容、尊重、多元的社会认知

破除"年龄歧视",还要刷新观念,树

(据《人民日报》)

市场缺位的,公共服务是否可以补

我国老龄服务仍以家庭为主,应当

服务老年消费者,应提高专业化水 平。强化人才支撑,加快培养精通老年需

破除"年龄歧视",要在调整供需关系

制度供给层面,要精准识别老年人

制约银发经济健康发展

人"愿消费"

务有标准可循。

会事'

2024年末,我国60岁及以上人口超

位置,密集出台一系列文件,为节能降 碳、绿色转型筑牢制度根基。从《减污 降碳协同增效实施方案》,到《关于加快 经济社会发展全面绿色转型的意见》, 再到《制造业绿色低碳发展行动方案 (2025-2027年)》,这些文件,从宏观战略 到具体行动,全方位布局绿色发展新棋 局,为各地开展节能降碳工作提供有力 遵循,也为全社会汇聚绿色发展合力注

政府作为节能降碳工作的引导者和 推动者,发挥着至关重要的作用。在今年 全国节能宣传周和全国低碳日期间,各地 通过举办丰富多彩的活动,营造浓厚的节 能降碳氛围。呼和浩特开展节能降碳知 识有奖答题活动,市民感慨:"原来关掉待 机电源、调整空调温度这些小动作,积少

成多也能产生大能量。"襄阳推出节能低 碳主题宣传片,市民们分享"节水妙招" "省电心得",让低碳生活不再是遥远的口 号。上海大力推进"家电家居家装以旧换 ",通过线上线下双轨补贴,让旧物焕 新、让绿色入心。这些实践,提高了公众 的节能意识,更为节能技术的推广普及和 应用架起了桥梁

企业是绿色发展的主力军。今天, 越来越多的企业意识到,节能降碳不仅 是履行社会责任的表现,更是提升自身 竞争力的关键。不少企业通过技术创 新与工艺革新,对生产线进行智能化改 造,引入先进节能设备,不仅降低了能 耗与排放,更实现了生产效率的跃升 更有企业主动参与碳交易市场,通过优 化资源配置,在经济收益与生态保护间

找到了平衡点,走出了一条绿色发展的

节能降碳,与每个人的生活息息相 关。选择步行、骑自行车或乘坐公共交通 出行,减少一次性用品使用,做好垃圾分 类……这些看似微不足道的日常举动,实 则是汇聚成绿色发展洪流的涓涓细流。 每个人微小的改变,都在为可持续发展注

节能降碳是场持久战,需要各方面 共同发力,持之以恒地推进。在这个过程 中,政府要持续完善政策体系,在规划引 领、标准制定、监督管理等方面久久为功; 企业要加大研发投入,在清洁能源、循环 经济等领域勇攀高峰;每一位公民都要将 绿色理念融入生活日常,从点滴做起践行 (据人民网)

### "0岁可用"防晒霜向婴儿下手突破底线

防晒霜"0岁可用"?随着气温逐渐 升高,防晒霜也迎来销售旺季。然而, 据调查发现,一些防晒产品存在虚假宣 传、随意调整使用者年龄区间以忽悠消 费者购买等问题。

在我国,宣称防晒功效的化妆品属 于特殊用途化妆品,需经过严格的把 关程序方能上市,对儿童防晒产品的管 理尤为严格。但一些商家为了提高销 售量,将歪主意打到了"0岁婴幼儿"的 身上——公然宣称自家的防晒霜"0岁 可用""适用于0岁至12岁"

那么,年龄这么小的婴幼儿真的可 以使用防晒霜吗?答案当然是"不 能"——有三甲医院皮肤科医生就指出, 6个月以内的婴儿优先考虑使用遮挡性 防晒,不推荐使用防晒霜。

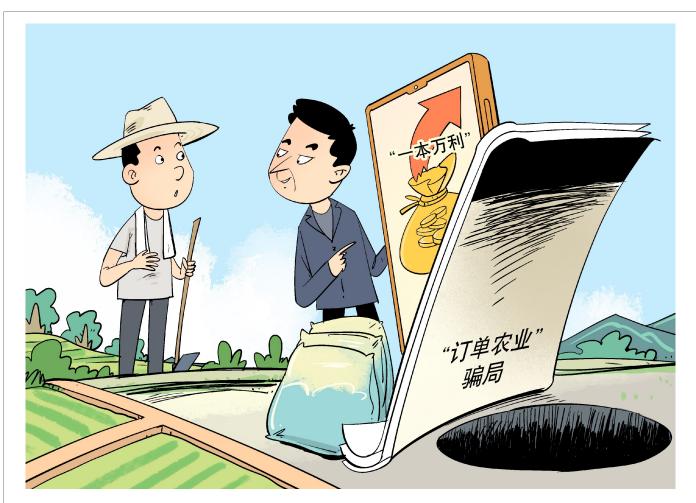
从这个角度看,一些不良商家公 然宣称"0岁可用",其营销手法无疑突 破了本该严格遵循的商业伦理。对 此,无论是相关平台还是监管部门, 当依法依规对商家的违规操作予以

事实上,我国《儿童化妆品监督管 理规定》明确要求,儿童化妆品应当在 销售包装展示页面标注国家药监局规定 的儿童化妆品标志(又称小金盾)。但在 现实中,这样的标准似乎并未得到充分

比如,报道显示,一些防晒霜虽然 宣称儿童可用,包装上却没有小金盾 再如,有的防晒霜宣称"新生宝宝都能 用",且产品介绍图突出了小金盾,实际 产品外包装却并没有小金盾,亦未标注 产品适用年龄

部分商家利用其与消费者之间的 信息不对称,试图通过在营销中打擦边 球的方式,模糊防晒霜产品的定义与使 用边界,将不适用于婴幼儿的产品卖给 婴幼儿。本质上,这是将自身所寻求的 商业利益凌驾于婴幼儿健康之上,必须 及时得到纠正。

要明晰的是,婴幼儿的皮肤不是商 家产品"试验场",商家也不能为了赚钱 就向婴幼儿下手。电商平台和监管部门 也该积极行动起来,以更严格的举措做 好准入与监管工作,更好护航婴幼儿健 (据《新京报》)



骗局

近年来,以"订单农业"为名设局诈骗农民群众的违法犯罪行为时有发生,一些不法分子打着"订单农 业"幌子,实施合同诈骗、非法生产销售假劣农资等违法犯罪行为,损害农民群众合法权益。农业农村部、 公安部、市场监管总局近日联合发布关于防范"订单农业"骗局风险的提示。

### 以精品网文激发 持久向上的能量

中国作协网络文学中心近日发布的 《2024中国网络文学蓝皮书》显示,网络文 学用户规模达5.75亿人,占网民规模的 51.9%;2024年主要网络文学平台营收规模 约440亿元。

在互联网蓬勃发展的时代浪潮中, 我国网络文学已成为具有全民性特征的 文学样式,并逐渐从"以量制胜"转向"以 质破圈",成长为文化领域的参天大树。

精品网络文学为新大众文艺注入精 神养分,是弘扬中华优秀传统文化、丰富 文化"走出去"品类的重要阵地。2024年 中国网络文学海外活跃用户约2亿,新增 注册用户3000万人。作为文化出海"新三 样"之一,网络文学海外传播数量、质量、 效能进一步提高,已成为讲好中国故事的 新渠道

当然,网络文学领域仍存在一些阻 碍精品诞生、制约新大众文艺发展的问 题。要改变这些现状,需多方协同发力。 创作者应树立正确的创作导向,将目光从 短期商业利益转向作品的精神价值与艺 术品质,打造经得起时间考验的精品。平 台要发挥积极作用,为精品网络文学提供 更多展示机会,营造良好创作环境。

(据《联谊报》)

## 临期食品盲盒双赢背后藏隐忧

打开社交平台,"19.9元开出高价甜 品盲盒"的笔记点赞量过万次,探店博 主沉浸式拆盒的视频播放量超百万次。 一种临期食品盲盒,或者叫剩菜盲盒的 东西正成为年轻人追捧的新消费方式。 近些年,越来越多的餐饮商家开始试水 剩菜盲盒模式,将当天没有卖完的食品 打包出售。一些商家表示,这种模式帮 助他们降低了库存压力,同时也提升了 品牌形象。不过,有媒体近日调查发现, 剩菜盲盒这一模式也引发食品安全问题 的争议,如保质期、储存条件以及相关监

只要经营和监管得当,临期食品盲 盒确实可以让商家和消费者实现双赢。 对餐饮商家而言,这为处理当日未售罄 的库存提供了新渠道,有效缓解了商家 面临的库存压力,避免了因过期销毁造 成的经济损失。对消费者来说,花更少 的钱体验"开盲盒"的乐趣,既能满足尝 鲜心理,又能获得实实在在的优惠。这 种对双方都有利的局面,正是临期食品 盲盒得以快速普及的基础。

更值得称道的是,这一创新举措利

于传播环保节约理念。我国每年约有大 量食物在零售和消费环节被浪费,临期 食品盲盒通过价格杠杆调节供需关系, 将原本可能被丢弃的食品转化为可消费 资源,这是珍惜粮食在消费环节的体 现。这种将环保节约理念转化为消费的 创新举措,既契合了年轻群体追求绿色 生活方式的消费趋势,也为餐饮行业探 索市场创新模式提供了新思路。

但另一方面,由此导致的食品安全 隐患也不容忽视。在盲盒销售模式中, 存在食品保质期信息披露不充分的问 题。不少商家仅以口头形式告知食用期 限,包装上缺乏明确的生产日期与保质 期标注。这种信息不对称可能误导消费 者,尤其是对食品保存条件缺乏认知的 年轻群体。尤其在高温潮湿的夏季,部 分需要冷藏的食品若未得到妥善保存, 极易在运输或存放过程中变质。

此外,现行法规的规定聚焦于明码 标价、分区陈列等静态场景,而盲盒的动 态组合、线上预售等特性,使得传统监 管手段难以有效覆盖。部分商家利用规 则空白,将过期食品"改头换面"纳入盲

盒,甚至形成"白天正常销售、晚上盲盒 清仓"的灰色操作链,牟取不当利益。当 创新模式游走在法律边缘,不仅会损害 消费者权益,还可能引发劣币驱逐良币

要破解这些发展瓶颈,亟须构建全 链条标准化管理体系。在生产端,应建 立临期食品分级制度,根据剩余保质期 时长制定差异化的定价规则,并强制要 求在包装显著位置标注关键信息。在流 通环节,可借鉴生鲜电商的冷链配送标 准,对易腐食品实行全程温控管理。在 销售端,平台应完善订单履约机制,设置 合理的取消时限与违约责任,避免因消 费者爽约导致二次浪费,或导致过期食 品修改标签后再上架。

临期食品盲盒要实现长远发展,商 家不能因追求短期利益而放松品控标 准,平台不能因扩大市场份额而纵容违 规操作,监管部门也不能因模式新颖而 放松执法尺度。唯有将食品安全问题放 在首位,让每个环节都经得起审视,这种 新兴消费模式方能做到趋利避害。

(据《北京青年报》)

### 快 评 非遗款学位服展现传统文化之美

近日,在海南师范大学2025届研究生毕业典礼上,毕 业生身着多款黎锦版学位服亮相。这些学位服以海南黎 族服饰文化为内核,远看整体,庄重典雅;近观细节,黎族 传统纹样精美细腻。被誉为中国纺织业活化石的黎锦,由 黎族传统纺染织绣技艺制成,该技艺有3000余年历史,属 于人类非物质文化遗产代表作。

非物质文化遗产是中华民族的文化瑰宝,蕴含着深厚 的历史底蕴、民族记忆和精神内涵。将非遗创意融入学位 服设计、制作,体现了人们对中华优秀传统文化的认同感 满足了青年学子的个性化需求,也增强了他们的文化自信 和民族自豪感。

学位服与非遗文化的结合,展现了传统文化的魅力, 让青年学子在人生重要时刻感受到传统文化之美,也为非 遗传承注入更多青春力量,促进了文化传承与创新。期盼 更多大学能汲取非遗之美,设计出具有独特魅力和地域文 化内涵的特色学位服,让非遗真正活在当下、融入时代,让 非遗在年轻一代的认同与热爱中长久火下去,持续展现其 (据《河北日报》)

### 期末"乐考":从"育分"转向"育人"

暑期将至,不少小学改变了对低年级学生学习效果 的考核方式,一、二年级进行"乐考"。如北京小学创设 生活化的游园场景,查字典、看拼音得门票、游船登塔…… 让孩子们利用学到的知识解决真问题;河北省石家庄市 西塔口小学举行了以"学无'纸'境,快乐童年"为主题 的趣味闯关活动,让学生在充满乐趣的挑战中展示学科

"乐考"是近年来在我国基础教育阶段,特别是小学低 中年级广泛推行的一种新型评价方式,它是对传统纸笔 考试形式的创新与改革,更加注重学生的全面发展、过程 性评价、学科素养和综合能力的考查。

"乐考"既符合国家政策要求,也符合考试评价发展趋势, 具有一定的推广基础。国家总体方案、新课程标准及北 京市低年级非纸笔测试的"双减"政策要求都为推广"乐 考"提供了坚实制度保障。实践模式逐步成熟,有一定可 复制性、可推广性。考试测评发展的趋势呈现出从纸笔到 数字化工具(从纸笔到电脑)、从人工主导到技术赋能(从 人类到机器)的显著转变。这意味着考试测评将逐步减少 对纸笔的依赖,转而通过电脑实现更高效、更精准、更低成 本的测评,同时人工智能技术的深度融入也将成为重要发

我们期待,以"乐"为纽带,构建起"教、学、评"全链 条的教育生态,以"乐"为支点,撬动教师教学激情、学 生学习动力与评价方式变革,让教育最终实现"寓教于 (据《光明日报》) 乐,寓评于乐"。

#### 求职季谨防"剧本杀"陷阱

又到一年求职黄金季,当无数青年怀揣梦想奔赴职场 时,一些精心设计的"剧本杀"式就业骗局却悄然上演。甘 肃兰州警方破获的特大就业诈骗案,400余名毕业生被骗 8000余万元的惨痛教训,敲响了求职季防诈的警钟。这场 以"铁饭碗"为诱饵的骗局,不仅暴露了不法分子的贪婪与 狡诈,更折射出求职市场监管的深层病灶

破除就业骗局,需要构建"监管一宣传一维权"三位一 体的防护体系。监管层面,建立多部门联动执法机制,人 社部门核查资质、公安部门打击犯罪、市场监管部门规范 信息发布,形成"发现-查处-曝光"的全链条治理。宣传 层面,创新风险教育方式,让求职者直观识别"招转培""招 转贷"等新型骗局。维权层面,应畅通投诉渠道,建立快速 响应机制,同时完善追赃挽损制度,降低受害者维权成本

在求职这场人生大考中,既需要监管部门亮出"利 剑",斩断伸向求职者的黑手;也需要求职者擦亮"慧眼", 识破"剧本杀"式骗局的伪装。真正的"铁饭碗"从不是金 钱交易的产物,而是能力与机遇的匹配。当遇到"交钱保 过""内部指标"等说辞时,求职者应牢记三个"不":不轻信 "特殊渠道",不缴纳保证金、培训费,不签署模糊不清的协 议。要主动查询企业资质,通过正规招聘平台投递简历, 遇到可疑情况及时向学校就业指导中心或劳动监察部门 (据《燕赵都市报》)

### 公交站牌莫拔"高" 非机动车莫越线

近日,广东佛山一块约3米高的智能公交站牌引发争 议。有网友吐槽,姚明来了也看不清最上面的公交线路,

当地交通部门回应称,会在后期设计和制作时调整 紧抓车流空隙逆行、闯红灯、快速通过天桥、越过黄色 网格线和白实线停车、骑手随意停在路边取餐……非机动 车违规骑行屡见不鲜。胡乱穿行的骑行者,看到现场执法 的交警,立马规矩,一扭头,继续任性骑行。

设置公交站牌,要让不同身高的乘客都能清楚看到站 点信息,尤其要照顾视力不佳的老人。高约3米的站牌高 到乘客看不见,岂非形同虚设? 既影响市民出行体验,也 拉低公共交通服务质量。站牌高度体现民生温度,公交站 牌可以"高大上",但不能"高大"到市民够不着。城市的善 意,就藏在细节中

非机动车不守交规,不仅威胁自身和行人生命健康, 也给公共交通秩序添堵,与城市文明格格不入。不文明 骑行,不能老是"一管就好、一松又乱"。杜绝非机动车之 乱,归根结底,还要靠骑行者常念规则意识,自觉绷紧文 明之弦。