

→ 察者看台

系好学生暑期出行“安全带”

■李发治

14岁初中生偷骑电单车,闯红灯被撞飞;家长骑车搭载着两名小学生被两辆车先后撞上……7月14日,常德、岳阳两地交警分别通报了一起涉未成年人交通事故。交警部门提醒,暑假孩子外出多,家长应加强孩子基本交通安全常识教育,看护好孩子的同时以身作则,自觉遵守交通规则,为孩子做好表率。

每年暑假都是学生交通事故的高发期,放假后学生交通行为的自主性和频繁性显著增强,而家长往往因为工作等原因看管时间有限、看管精力不足,再加上受客观条件限制,交通安全教育相对滞后,学生出行安全意识差,一旦骑自行车或电动自行车等,更会因为年龄小和练习不够的原因,出现驾驶技能缺乏、驾驶经验不足的情况,面对复杂路况和突发事件,极易发生交通事故。

家长要为孩子戴好“安全帽”。家长作为孩子人生路上的重要引路人,一方面要尽到看护和教育的责任,要教会孩子重视交通规则、增强安全意识,让家庭教育发挥出交通安全教育的基础性作用,提升孩子的自我保护能力。另一方面,“言传不如身教”,家长自己更要以身作则,带头遵守交通法规,以良好交通行为习惯为孩子树立榜样,教育孩子文明出行、安全出行。

学校要为学生织密“安全网”。学校和老师要在临近暑假的时候,有针对性地开展交通安全教育活动,要根据学生在校期间受教育阶段的心理认知程度,明确在不同年龄段出行时需要特别关注的安全点,帮其掌握相应交通规则,知晓道路设施以及相应的交通标志标线、信号灯的含意等,再结合学生日常出行采取的交通方式等因材施教,将

交通安全知识系统化地教给学生。

社会各界要给未成年人系好“安全带”。交管部门作为专门的交通管理部门,对未成年人的交通安全教育负有专门责任,要组织、帮助引导社会力量对其开展交通安全培训,还可以根据道路交通实际状况,鼓励未成年人参与暑期交通安全小分队等,让未成年人在亲身参与中增加交通安全知识,提高道路安全意识,提升自我保护能力。

未成年人保护涉及方方面面,交通安全是其中重要的组成部分。高度重视加强与改善暑期未成年人交通安全教育,是把未成年人保护落到实处的行动之一。只有家长、学校和社会各方都应给予充分重视,共同织密未成年人的交通“安全网”,才能有效降低学生在暑假期间的交通安全风险,为他们度过一个安全、愉快的暑假保驾护航。

→ 新闻漫话

云认养如何“网红”变“长红”

■王 琦



“我认养了一块农田,不仅可以在线上看到实时监控画面,还能到线下参与插秧、种菜、养鸡、捞螃蟹等活动。”日前,李先生在河北省唐山市海北镇认养了一亩农田,体验到了“赛博农场”带来的快乐。

近年来,“云认养”这一新兴的“认养经济”模式迅速走红,它打破

了地域限制,让消费者能够远程参与农业生产,体验从田间到餐桌的全过程。然而,如何让这一“网红”经济模式持续稳定发展,实现到“长红”的转变,成为摆在面前的现实问题。

首先,其受众面相对较小,主要集中在高端消费群体。这在一定程度上限制了“云认养”的普及和推广。为了拓宽市场,需要发展多元化的认养模式,推出满足不同消费者需求的认养项目。

其次,“云认养”的运营成本较高,对于农户来说,数字软件和生产监控追溯设备的投入是一笔不小的开支。因此,应进一步完善“云认养”涉及的公共基础设施,并建立公共

认养平台,以降低农户的运营成本,增强他们的参与动力。

另外,“云认养”与消费者之间建立信任是一大难点。由于农业生产具有其特殊性,如生长周期、环境因素等都会对农产品产生影响。因此,“云认养”需要建立起与消费者之间的长期信任关系。这不仅要求农户提供真实、可靠的信息和数据,还需要通过不断累积认养客户来建立起口碑和信誉。

“云认养”作为一种新兴的认养经济模式,具有广阔的发展前景。然而,要让其从“网红”变为“长红”,还需要我们不断探索和创新,完善相关机制和措施,让“云认养”真正成为一种可持续的、有益于农业发展和消费者福祉的经济模式。

→ 有话就说

买家“仅退款”被判赔,为商家提供维权范本

■陈依芸

近日,广西壮族自治区贺州市钟山县人民法院快速调解了一起因买家网购后“仅退款不退货”引发的纠纷,最终买家退回11.96元货款以及赔偿店家因维权产生的800元合理费用。

对于商家而言,“仅退款”一方面可以实现对其商品质量的监督,另一方面还可以减少商家对一些没有必要寄回的产品的邮寄成本。但近年来,一些消费者恶意“薅羊毛”的行为让不少商家叫苦不迭。在某些网站上,甚至还出现了一系列“薅羊毛”教程。

据了解,除电商平台或商家有特别承诺外,所谓“仅退款”通常是指买家未收到货或拒绝收货,所以不存在退货问题,并非指买家可以

在收到商家的退款后无偿占用货物。其余情况下的“仅退款”均建立在和商家协商一致的基础上,否则可能涉嫌非法占有他人财物。

在消费过程中,消费者可以通过维权的方式来保护自己的合法权益,然而,维权并不意味着可以无视法律和道德准则,不能以“薅羊毛”的名义来滥用权利。恶意“仅退款”和“薅羊毛”行为不仅严重侵害了商家的利益,扰乱了市场秩序,还损害了消费者的个人信用,影响后续维权。

维权的目的是保护个人的正当权益,而不是以损害他人的利益为代价来实现个人利益。消费者在维权的过程中应该守住维权的底线,以理性、合法的方式维护自己的权



益。同时,商家也应该尊重消费者的合法维权行为,不断完善售后服务,同时对恶意维权行为提出合理的维权要求。

此次商家选择维权,并最终获得赔偿,一定程度上体现了司法对电商平台经济健康发展的支持,也为其他商家维护自身合法权益提供了范本。

世相浅见

1.近日,甘肃敦煌鸣沙山月牙泉景区给游客发垃圾袋、送小礼品,鼓励游客捡垃圾,引发不少关注。景区表示,近期游客接待量增多,山上垃圾也变多,环卫工人清理压力大。为了保持景区良好环境、减少环卫工人压力,景区第一次开展“垃圾寻宝”活动,只要游客捡了垃圾回来,都可以到礼品车兑换小礼品。每天都有很多游客参加,尤其是小朋友。

点评:暑期旅游,中小學生是主力军之一,景区开展“垃圾换礼品”,鼓励游客参与景区环卫工作,其实也是一堂生动鲜活的环保教育课程,能让孩子们在亲身实践中体验到环卫的重要性与乐趣,从而不断提升环保意识。这反过来也会对家长形成正面影响与有效约束。最终受益的不仅是景区的环保工作,更能促使整个社会环保观念、意识、行动水涨船高。

2.近日,有上海市民建议,图书馆缺少送书上门的服务。该市民认为,送书上门更便于借阅。上海市文旅局回应:目前,市、区、街镇三级公共图书馆依托本市中心图书馆“一卡通”服务体系实现了通借通还;同时,10家市、区级公共图书馆各自试点推出了网借服务。今后将在试点的基础上,总结经验,指导更多有条件的区级公共图书馆推出网借邮寄服务。

点评:推动全民阅读,打造书香社会,一直是我們孜孜不倦的追求。倘若图书馆采取积极措施,联合公交、快递行业,探索“送书上门”服务。如此一来,模式既打破空间和时间的限制,又契合了大众在互联网时代的借阅习惯,激活了一部分闲置的图书资源,为读者开辟了一条借书新途径,是个多赢局面。笔者以为,全国各地的图书馆都可以在调查数据的基础上,因地制宜地设计出“送书上门”模式,进一步优化书籍资源高效流通。总之,期待“送书上门”“快递借书”的模式在更多城市推广。

3.近日,有网友发现某明星品牌开始售卖饼干,其中一款名为“GOODEES 大满足”产品显示,两片小饼干售价为21元。媒体通过“GOODBAI CAFE”小程序看到,该品牌推出了好几款饼干,其中“GOODEES 大爱心”一片饼干售价为19元,另外小表情饼干和字母饼干7片售价为29元。

点评:明星周边是粉丝与偶像建立联系的一种媒介,它们不仅仅是物质商品,还承载着情感的传递,这种附加值是其高昂价格的重要组成部分。但如果产品的定价主要基于明星效应而非实打实的质量和服务,那么这无疑是对粉丝忠诚度的过度消耗。作为粉丝、作为消费者,应该保持理性,根据个人需求和商品真实价值做出选择,而企业和明星则应承担社会责任,更加注重产品质量与粉丝体验,避免过度依赖营销“明星效应”来定价,只有这样才能赢得消费者的长期信任和支持。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

反哺家乡是最好的“学有所成”

■田闻之

“忙不完,根本忙不完。”时值暑假,不少大学生回到老家,结果成了一刻不得闲的“红人”——有的帮村里老人改话费套餐、调手机字号,有的埋头维修小家电、回答育种事宜,还有的发挥艺术专业特长为村里打造手绘彩虹墙。

青春洋溢的忙碌身影,让宁静的乡村顿时热闹起来。其实,这只是年轻人用知识反哺家乡的一个瞬间。这些年,不只是大学生,也不止于寒暑假,越来越多的游子怀着一份眷恋,在学习知识、拓展眼界后,选择回到故土发光发热。伴随这群年轻人的脚步,不仅村里的老人们离现代生活更近了,新技术新思维也迅速来到田间地头。他们敢尝试、敢创新、敢行动,用青春的眼光与活力,加速着新业态、新模式在大江南北涌动。

学得文武艺,不忘桑梓情。归乡的年轻人,是一笔宝贵资源,值得倍加珍惜。激发并保护这份热情,除了依赖个体的情怀,也离不开社会全方位的支持。必须看到,今天的年轻人有冲劲但有时也缺耐心,有知识但有时也缺经验。一些大学生长年在外求学工作,对家乡很可能既熟悉又陌生,“归乡路”上难免遇到这样那样的挑战。

帮扶无论大小,短期如社会实践、假期调研等;长期如回乡创业,各地理应在人才引进、福利待遇、利益共享等多方面出实招好招,不断完善体制机制。不仅给予他们充分的社会认可,还给出实打实的政策利好,才能让年轻人愿意来、留得住、干得开。

以青春之名,赴家乡之约。回到生于斯长于斯的土地,尽情释放光与热,青春将绽放最美的模样,乡村也将更加生机勃勃。