

中秋、国庆“双节”临近，中消协提示——

经营者要多一分担当
消费者要多一分理性

中秋、国庆“双节”临近，外出游玩、朋友聚餐、购物娱乐、家人团圆等将成为众多消费者假期的主要安排。为更好享受假期生活，防范有关消费陷阱，中消协提示：享受“双节”假期，消费者要多一分理性，经营者要多一分担当。

享受“双节”假期，疫情防控依然不容忽视

当前，德尔塔、拉姆达等新冠病毒变异毒株在国外肆虐，这些变异毒株传染性更强，防控要求更高。虽然我国取得了良好的疫情防控成效，但在全球新冠疫情流行的严峻形势下，外防输入、内防扩散的压力依然很大。因此，广大消费者在“双节”假期仍需绷

紧疫情防控这根弦。

在9月7日召开的国务院联防联控机制新闻发布会上，针对消费者关心的中秋、国庆假期能否出行问题，中国疾控中心免疫规划首席专家王华庆提醒消费者要保持一定的警惕性，在出行前应了解出发地及目的地的疫情

防控等级和相关防疫要求。中高风险区的消费者尽量不出行，低风险地区的消费者尽量不前往中高风险地区。出行过程中，务必做好个人防护措施。王华庆还表示，不提倡在假期期间聚集和聚会，尤其是不允许大规模的聚集。

外出游玩要注意提前预约，做好准备才能提高出行体验

据了解，很多景区为切实落实疫情防控政策，纷纷推出了预约制来实施限流措施，为避免影响游玩体验，建议消费者一定要提前在景区官方网站或者电话查询了解景区相关规定，按照要求进行预约，做足准

备，文明出行。

消费者在旅游报名、团购各类旅游消费产品时，应将服务能力、服务质量、产品品质放在首位，选择资质齐全、信誉较高、口碑较好的商家，切勿将价格作为消费的唯一依据，警惕“会

员免费畅游”“0元旅游团”“超低价畅玩”等明显低于合理价格的揽客行为，防止落入黑心商家陷阱。与商家签订旅游服务合同时，要仔细阅读合同条款，特别是涉及吃、住、行的标准以及双方权利义务、违约责任等内容。

购买月饼、大闸蟹要防坑避雷，聚餐应尚节约不浪费

“双节”既是享受月饼的美好时刻，也是品尝大闸蟹的最佳时期。在购买月饼时，消费者应尽量通过正规渠道购买，仔细查阅月饼的主要成分、生产日期和保质期等信息，并检查是否有SC标志；对于散装或者现场制售的月饼，要注意查看月饼色泽、形状、气味等，并仔细查看现场卫生状况。理性看待“打

折”“促销”“保健”“无糖”等概念，按需购买，避免浪费。由于月饼中糖和脂肪含量比重较大，建议消费者适量食用，患有糖尿病、“三高”、肝胆类等和肠胃功能弱的特殊群体更要合理把握食用量。在购买大闸蟹方面，消费者尤其要注意防范“螃蟹券”套路。很多消费者反映在购买“螃蟹券”后，或是面临“一券在手，

螃蟹难求”的供需不平衡局面，或是收到的螃蟹缩水严重，缺斤短两。因此，建议消费者擦亮双眼，尽量选择正规线下实体商家或是信誉较高的电商购买大闸蟹。

中消协提醒广大消费者“双节”聚餐要“厉行节约、反对浪费”，在注重食品安全的同时，自觉抵制舌尖上的浪费，积极践行“光盘行动”。

理性看待商家“双节”打折促销，合理消费不盲目

“双节”期间，消费者要理性看待商家的促销手段，不为“爆款”“特价”等宣传冲昏头脑，不被网上展示的精美外包装图片所蒙蔽，谨慎选择“网红”直播带货销售的各类产品，以免为一时的冲动消费而后悔。建议消费者

在明确消费需求以及充分了解产品真实品质的情况下再作出购买决策。

中消协提醒消费者在消费过程中要注意保留发票、收据等消费凭证。通过电商平台或者“直播带货”

购物的，还应注意保留聊天记录、交易记录等关键信息。当合法权益受到侵害时，可先与商家协商解决，表达合理诉求、依法进行维权，必要时可向有关行政部门或者消协组织进行投诉。

家长要监督孩子玩网络游戏，防止孩子沉迷其中

近期，国家新闻出版署发布了《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，与之前发布的《关于防止未成年人沉迷网络游戏工作的通知》相比，进一步严格限制了向未成年人提供网络游戏服务的时间。要求所有网络游戏企业仅可在周五、

周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时网络游戏服务，并要求所有网游必须接入国家新闻出版署网络游戏防沉迷实名验证系统。

家长应担负起监护人职责，对孩子“双节”假期中使用网络游戏的行

为进行监督和引导。特别要防止孩子采取租号、借号、买号或者是利用家长身份信息注册游戏账号等行为，防止孩子沉迷网络游戏。家长发现网络游戏公司存在违反《通知》要求的，可向有关出版管理部门举报。

购买保健食品认准“蓝帽子”，谨防落入骗老陷阱

由于重阳节紧跟着“双节”假期，一些消费者可能会购买保健食品作为礼物送给长辈，也有部分老年消费者可能为自己选购保健食品。但目前，市面上有很多与保健食品包装外观十分相似的普通食品，如不仔细加以区分，很容易买到“李鬼”。消费者在购买保健食品时，一定要认准“蓝帽子”（保健食品专属标志），并检查标识下是否有可通过网络查询的保健食品批准文号。远离没有“蓝帽子”、没有保健食品批准文号或者通过网络无法查询的假编号产品。

除保健食品外，金融理财、电信诈骗、低价旅游等也是老年消费者容易上当受骗的消费问题。建议老年消费者一方面要多学习相关的消费知识，提高防骗意识和能力；另一方面，在作出购买决策前，多与子女沟通，特别是在涉及消费金额较大的情况下，务必重视子女的意见和建议。

此外，中消协也敦促经营者要坚守法律底线，从以下几个方面切实履行法定义务和社会责任，为营造良好的“双节”消费环境作出担当：

一要做好供给准备。商家应结合往年消费情况及当前消费需求做好“备战”，采取有效措施，减少消费者在购买商品或者接受服务时出现排队等候、供不应求等情况，节约消费者时间，优化消费者体验。

二要做到明码实价。“双节”假期的消费需求量比平时要高，这就要求商家更应严守法律底线，诚信经营、明码实价，杜绝不明码标价、坐地起价、哄抬价格、串通涨价等“宰客”行为。

三要重视合同履行。经营者要秉承契约精神，信守承诺，按照合同约定及时向消费者提供质量合格的商品或者优质的服务，杜绝“借机敛财”等违约行为。

四要突出安全绿色。安全权是消费者的首要权利，也是最重要的一项权利，经营者要切实保障“双节”期间消费者安全权，如出行安全、食品安全等；践行绿色经营理念，有助于节约资源，避免浪费，如不追求月饼的过度包装、不诱导顾客大量点餐等。

五要保护个人信息。近期，国家出台了《个人信息保护法》，并将于11月1日起施行，明确禁止“大数据杀熟”等以科技、便捷为名对个人信息的侵害行为。旅游出行、网络购物等经营者应尽快作出合规化调整，不得过度收集或者非法处理消费者个人信息。

六要化解消费纠纷。经营者面对消费纠纷应当依法及时妥善处理，消费者在消费过程中遇到困难也应积极协助解决，不在“双节”假期添堵，将消费纠纷、消费困难化解在源头。

（据新华网）

中秋国庆出行该注意什么？

民航局给出这份指南

“中秋、国庆”双节将至，民航将怎样做好保障，旅客出行该注意什么，民航局运输司副司长商可佳在14日的新闻发布会上给出了这份指南。

客运量与暑期相比将实现大幅提升

商可佳表示，今年的中秋国庆假期有以下几个特点：

一是两节相隔时间较近。与去年双节重叠延伸为8天长假不同，今年将形成长短相邻的假期组合。民航运输会呈现前后两组首末出行高峰。中秋假期出行高峰在9月18日；国庆假期出行高峰是9月30日、10月6日、7日和10日。

二是暑期被抑制的出行需求将得到释放。今年七八月份，民航传统的暑运旺季遇冷，客运量比2019年和2020年分别下降42%和16.6%。中秋国庆假期，从近日OTA搜索和预定情况看比较乐观，客运量与暑期相比将实现大幅提升。

三是国际航班低位运行。目前，中外航司运营国际客运航班每周约200班往返，占疫情前2.2%。当前国际航班主要以最低频次保障最基本联通，暂不具备恢复和增班条件，所以今年双节期间仍然不是出境游的好时机。

四是旅客出行更加理性。以往旅客理性选择错

峰出游，主要是考虑假期票价高、旅游资源紧张的因素。当前常态化防控条件下，出行的最大考量则是各地动态调整的防控措施带来的不确定性。很多单位、尤其是学校会提出“不出境”“不出城”“不出行”等要求，所以在在校生和学生家庭等相关群体在制定出行规划时更加理性、稳健。

增加运力安排加班计划

民航局积极支持航空公司灵活组织安排运力和时刻资源，优化航线结构，满足假期市场需求。截至目前，已在每周超过10万班国内定期客运航班计划的基础上，安排多家航空公司执行中秋加班计划4250班，国庆加班计划4406班。

商可佳介绍说，民航各单位提前制定各项措施，确保运行平稳有序。一是重点关注恶劣天气、其他空域活动等因素对航班运行的影响，及时启动航班延误响应机制，有效组织机场运管委开展航班计划动态调整工作，协调处理运行冲突。二是加大对重点区域、主要机场和繁忙航路的气象预报预警。空管部门科学合理制定流量管理措施，机场和航空公司共同做好航延信息告知和旅客服务保障。三是各单位严格落实值班值守制度，加强应急值守，提高应对

各类突发事件、紧急情况的敏感性，确保信息渠道畅通。

加强测温验码、通风消毒等措施

随着假期旅游出行和聚集性活动增加，疾病传播风险也随之增加。为落实常态化防控策略，有效遏制疫情经航空途径传播风险，民航局进行一系列工作部署，其中包括：要求民航各单位结合假日特点，加大各项防控工作力度。要求航空公司做好旅客登机前、飞行中各项防控工作。严格执行入境航班远端防控政策，严格落实空中防控措施、机组人员驻外管理措施和入境隔离措施；要求机场加强测温验码、通风消毒。保障国际客运航班的机场必须做到指定工作人员、指定服务区域、指定休息区域和指定场内交通车的“四指定”要求等。

结合上述情况，商可佳提出三点建议，一是机舱内、候机楼、摆渡车、地面公共交通都是公共区域，要戴口罩、勤洗手、减少设施设备接触、保持安全社交距离。二是随时关注疫情动态变化，提前了解目的地防控政策，耐心配合民航单位做好必要的行程申报、健康码查验和登机前手消等工作。三是如果在飞机场或者航班上感觉发热、干咳、乏力等症状，要立即向民航工作人员寻求帮助。（据新华网）



终端连接数近4.2亿！

来，加快走进多彩的“5G生活”

工信部最新数据显示，今年1至8月，国内5G手机出货量1.68亿部，同比增长80%。截至8月底，5G终端连接数近4.2亿。智慧医疗、远程办公、智能制造……随着5G大规模应用普及，越来越多的人“走进”更加智能、便捷的5G生活。

5G将在哪些领域重点推进？还将延伸到什么地方？未来，还有哪些创新应用站上“风口”？

“云生活”，技术不断打开想象

车位预约、AR实景导航、一键缴费……你还在为找车位发愁？5G智慧停车，帮你化解困扰。

通过百度地图构建的智能算法和解决方案，在上海南翔印象城MEGA，3000个停车位可以实现智能化联动和管理。停车难，在技术的“加持”下逐步得到缓解。

智慧停车、远程医疗、协同办公……高速网络下，人们的生活快速进入“云时代”。

北京天坛医院联合北京安德医智发布了急性脑卒中再灌注治疗智能决策平台iStroke，利用人工智能快速精准进行影像分析，共享接诊信息，缩短急救决策过程；智慧果园实现自动浇水、自动物理杀虫和可视化管理，产量提高的同时运营成本降低；网络货运平台实现在线货找车、车找货，综合物流成本进一步压缩……聚焦生活中的“痛点”，创新不断推出。

以智能医疗为例，天眼查数据显示，我国共有近32万家企业名称或经营范围全部包含“医疗”、部分包含“科技、智能服务、人工智能、机器人”的智慧医疗相关企业。

“我国累计打造万余个5G应用创新案例。”工信部信息通信管理局局长赵志国说，5G适度超前建设，极大加速应用丰富，在医疗、交通、教育等行业形成一批典型应用。

“云制造”，应用向生产端延伸

“5G+智慧港口”“5G+数字工厂”“5G+城市建筑”……很多领域，都因技术而变得不同。

“一切皆服务。”联想集团董事长杨元庆用这句话来形容5G为联想业务带来的变革。

当计算能力、数字技术、智能架构应用在供应链中更多环节、服务于更多企业数字化转型，联想也从电子信息制造商逐步向计算服务、数字基础设施服务等拓展。

从制造到服务，“产品”的形态不断丰富；从做生产到建生态，产业的边界加速拓展。

以服装为媒介，通过物联网等技术将数据有机衔接，海尔与生态链上的企业共同打造衣联网，覆盖服装、家纺、洗衣液等135个行业，为用户提供衣物洗、护、存、搭、购乃至回收的全生命周期智慧解决方案。“我们在生态上获得的利润比单纯在电商平台高得多。”衣联网生态链的一个晾衣架品牌负责人表示。

记者从工信部了解到，5G在生产制造领域加速应用，特别是“5G+工业互联网”已成为应用创新最活跃的领域之一，“5G+工业互联网”在建项目超过1600个。

随着数字产业化、产业化步伐加快，截至今年6月底，制造业重点领域工序数字化率、数字化研发设计工具普及率分别达53.7%和73.7%。智能制造装备国内市场满足率超过50%。

面向三大领域 加快创新应用

我国累计建成5G基站103.7万个，已覆盖全国所有地市级城市，95%以上的县城城区。

快速“奔跑”的5G，又迎来了“新速度”——工信部宣布，要按照适度超前的原则，全面推进5G网络建设，加快向乡镇覆盖延伸。

更加密集部署基站，5G体验感将大大增强；向更广范围延伸，越来越多的“小镇青年”享受5G网络冲浪；聚焦重点行业，更多智能操作将亮相……

赵志国表示，面向新型信息消费、实体经济、民生服务三大领域，聚焦工业、交通、医疗、农业、文旅等多个重点行业，再培育一批5G融合创新应用，遴选典型应用场景，加快成熟模式复制推广。同时，将加快交通枢纽、商业中心等重点区域5G网络覆盖。

“我们将推动各地在场场所、用电、人才等方面加大对5G的支持，形成协同创新、互利共赢的良好产业生态。”赵志国说。（据新华社）

