

热点时评 >>

老穆

法剑出鞘，让电诈分子无处遁形

9月2日，十三届全国人大常委会第三十六次会议表决通过《反电信网络诈骗法》，2022年12月1日起施行。

该法的出台标志着反电信网络诈骗工作进入全面依法、常态化开展的新阶段，体现了党和国家根治电信网络诈骗的坚定决心。

近年来，电信网络诈骗愈演愈烈，受害者不分男女老幼，案发地不分东西南北。五花八门的骗术、形形色色的伎俩在不受时空限制的网络中暗流涌动，公众被裹挟其中不明就里，稍有不慎就会中了圈套、跌进陷阱。

电诈何其可恶！一条短信、一个电话、一个链接就可能骗光你数年积蓄；脚本多样、套路翻新，既会伪装也会“演戏”，骗你

钱财还骗你感情；更有甚者，还酿成受骗者家破人亡的悲剧……电诈何其毒也！既有谋财害命的显性危害，又有侵蚀社会诚信、干扰社会运行的隐性危害。

嚣张到近乎疯狂的电信网络诈骗，严重侵害百姓财产安全与社会和谐稳定，铲除这一社会毒瘤，成为全民日益强烈的呼声。立法打击电诈，既是维护群众利益、守护美好生活的现实需要，也是建设诚信社会、法治社会的题中之义。

2021年10月，反电信网络诈骗法草案首次提请全国人大常委会会议审议，反电信网络诈骗犯罪正式进入国家立法程序。

今年6月，该法草案二次审议稿向社会公开征求意见，共有12390位公众提出

28406条意见，包括建议加大对电诈违法犯罪人员的惩戒力度、加强追赃挽损工作、提高公众防范意识和能力、鼓励群众举报等。8月30日，草案三审稿提请十三届全国人大常委会第三十六次会议审议，于9月2日表决通过。

《反电信网络诈骗法》为惩治电信网络诈骗提供了有力法律支撑，既为依法治理电信网络诈骗夯实根基，也有利于推动形成全链条治理的反电诈格局。

该法各项条款，无不透露出从严惩治的信号。从力度看，涉及刑事责任、行政责任、民事责任、信用惩戒，责任细化，惩戒升级，织密反诈防护网；从范围看，无论是组织、策划、实施电诈活动的，还是为电诈活

动提供帮助的，以及行为尚不构成犯罪的，都被纳入惩治对象，形成围追堵截、一网打尽的态势。

该法还规定了多项防范性制度措施，比如，有关行业企业对本领域新出现的电信网络诈骗手段应及时提醒用户，新闻媒体、互联网信息服务等单位应面向社会开展反诈宣传教育，互联网企业应移送监测发现的嫌疑线索等等。立足抓早抓小，提高公众对电诈的识别和防范意识，提升识骗防骗能力，做到标本兼治、防患未然。

期待这部严规重典推进形成“不敢骗、不能骗、骗不了”的反诈局面，让电诈分子无处遁形，让百姓的“钱袋子”安全放心。

有话直说 >>

任翔宇

为月饼“瘦身”叫好

中秋将至，又到了赏明月、吃月饼的季节。夏天的“雪糕刺客”才下了热搜，中秋的“月饼刺客”会再来吗？

大同晚报9月5日一版报道，“记者近日走访市场发现，我市各大商超纷纷设立月饼选购专区，集中摆放各类月饼，营造出浓厚的节日气氛，为市民选购提供便利。与往年相比，今年的月饼在包装上进行了‘瘦身’，超市里散装月饼、平价月饼的投放量大大增加”。月饼瘦的是包装，“月饼刺客”降下来的是价格，这挺好。

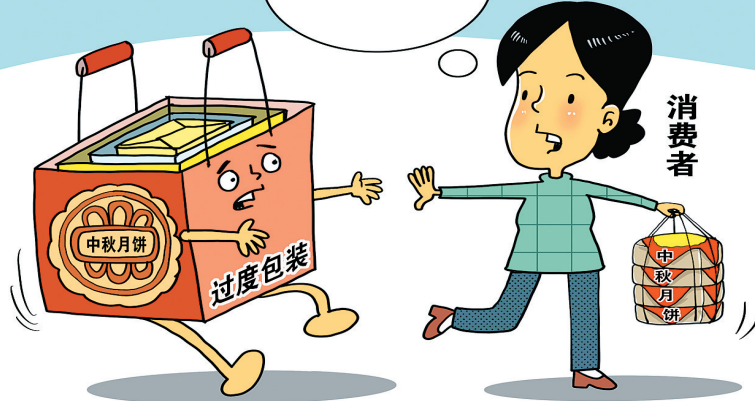
买月饼还是买包装的灵魂发问其实已经有很多年了。对于月饼，包装是很重要的组成部分，可以保证食品的安全卫生和品质，通过包装吸引消费者的关注，引发购买欲望，甚至可以产生愉悦的感官享受。但近年来，包括月饼在内的节日食品过度包装，不仅浪费资源，还增加了消费者不必要的支出，助长了攀比、浮华之风。尽管月饼过度包装危害明显，年年喊打，但总有一些商家“偏好”过度包装，什么贵就把什么往月饼包装上堆砌。央视财经记者在对过度包装的采访中提到过一个数据，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%，这些包装废弃物中，超半数属于过度豪华包装。这样的包装多为一次性产品和短期消费品，其造成的资源浪费和生态环保问题，与建设生态环保与节约型社会的方向完全背离。

这样的月饼是自家吃的吗？大多数人看到这个问题都会会心一笑。中纪委网站刊文显示，2022年7月，全国共查处违反中央八项规定精神问题5434起。从查处问题类型看，违规收送名贵特产和礼品礼金的占37.5%；从查处级别看，乡科级及以下干部问题占查处问题总数的92.3%。由此可见，违规收送礼品不在少数，而送礼背后一定程度上总是隐藏着腐败问题。“八项规定”的执行和近年来对贪腐受贿的打击惩处，无疑让清风正气充盈在我们的日常生活，月饼“瘦身”和“月饼刺客”的寡见，我们不仅喜闻乐见，而且希望能坚持不懈。

提倡节俭、反对浪费，形成广泛社会共识，不仅仅只是中秋月饼这一桩。如果能通过协同发挥各方面的监管力量，规范节日食品市场产销全链条环节，建立健全预防、监督和惩处相结合的有效监管机制，发挥行业自律作用，鼓励社会各界进行有效监督，每位市民都能成为平价月饼的倡导者、践行者，共同营造干净、健康、文明、清正的社会氛围，那中秋的月饼、端午的粽子才算是“瘦身”成功，节日才会回归传统文化本源。让月饼回归本质，完成阖家团圆共度佳节的时节使命，不仅是小到家庭的和谐温馨，而且是大到社会的风清气正。

幽默一刀

朱慧卿/画
穆亮/诗



中秋佳节月餅香
美味情誼走四方
送禮贈人講面子
元論貴賤要顯光
廠商迎合消費者
挖空心思做文章
包裝越來越講究
追新出奇玩花樣
再加炒作和誘導
價格可勁往上漲
亂象叢生推攆比
還有浪費和鋪張
月餅瘦身成公望
傳統美德要弘揚
厲行節約拒奢華
綠色環保大健康

中秋佳节将至，中消协针对过度包装月饼开展大规模社会监督工作，鼓励广大消费者主动参与社会监督，可向当地市场监管部门、消协组织提供线索。

长期以来，月饼包装讲究奢华的现象饱受诟病。不少厂商迎合消费者送礼讲面子的心理，在月饼包装上大做文章，刻意追求新奇特、“高大上”，并借此炒作、飙升价格。

豪华过度包装月饼不仅直接损害了消费者的权益，让消费者承担不必要的开销，同时造成资源浪费和环境污染等诸多问题，已引起社会广泛关注。

中消协倡导广大消费者主动选择包装简约适度的产品，抵制奢华浪费的包装产品，弘扬中华民族勤俭节约的传统美德，共同营造绿色、环保、节约资源的可持续消费环境。

一针见血 >>

黄玉玲

屡禁不止的“天价”月饼是该叫停了

继今年6月四部委发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》后，近期，国家发展改革委会同有关部门采取综合措施遏制“天价”月饼，促进行业健康发展。

月饼作为传统节日的应时食品，被寄予了花好月圆的美好含义。但本是传统大众美食的月饼，近年来却动辄出现几百上千的“天价”，毛利率高达60%。

近年来，月饼市场总体规范有序，但仍有个别企业以多种方式炒作月饼价格。“天价”月饼问题屡禁不止，老问题花样翻新出现反弹迹象，主要有几个原因：其一是由于月饼是时令食品，销售时间较短，商家希望通过短期高价来获得更丰厚利润。其二，人们的饮食需求也发生了变

化，更注重健康、养生，月饼本是高油高热量食品，因此商家们瞄准这些“新商机”。月饼中添加鲍鱼、海参，甚至还有金箔等所谓奢华元素，打着“养生”“贵气”的噱头，实际上添加量却少之又少。其三，将月饼用于商务宴请、过节送礼，借月饼走“人情”讲“关系”，让简单的月饼“不简单”。

商家过度包装及虚假宣传，让这些名不副实的“天价”月饼背离传统文化本源的同时，也助长了奢靡浪费之风，甚至滋生腐败，扰乱市场秩序。因此，“天价”月饼必须叫停。

为提倡节俭、反对浪费，相关部门此次综合运用市场化、法治化等整治措施，严肃整治“天价”月饼。包括严格执行包装强制性标准，不得使用贵金属、红木等

贵重材料，严格规定月饼包装价格，加强月饼券等提货卡券的监管，对豪华酒店、电商平台等渠道进行监督检查……这些措施上的组合拳，将最大限度封堵企业钻漏洞的机会，“天价”月饼的生存空间会越来越小。

对商家来说，要通过不断提升产品核心质量，在月饼的食材、口味上多下功夫，而不是一门心思放在豪华包装、“珍奇”馅料上，更不是只重营销不重质量的华而不实。只有让月饼价格贴近市场需求，让老百姓买得放心、吃得舒心，才能真正回归大众消费品属性。让月饼不再是奢华礼品，卸下人情包袱，在阖家团圆之际，回归品尝传统美食、体悟家国情怀的本质。

据央广网

有感而发 >>

魏冬妮

理性消费 健康生活

中秋将至，如何过好这个传统节日再次成为人们热议的话题。

过中秋，月饼是最大的消费热点，作为人们广泛喜爱的传统美食，在顺应礼尚往来需要的同时，种类不断丰富，包装也越来越精美。但由于月饼属于高热高糖食品，不易过量食用，加之市面上甜点种类繁多，人们对月饼的需求不断降低。过完中秋，对吃不完的月饼，有的人选择一扔了之，惜物的人则放进冰箱保存，即使过了保质期也要坚持食用。

这两种做法显然都不可取，扔了造成食品的浪费，过期依然食用又对健康构成威胁。而近年来因食用过多月饼或过期月饼而至疾病突发的事件时有发生，需要引起人们重视。

中秋节送月饼寓意团圆，但过多的“礼盒月饼”就会成为人们的“负担”，因此，中秋到来之际，提醒人们理性消费、健康生活，送礼送健康，应成为现代人的生活潮流。

消费令节日氛围愈加浓厚，但商家推出的各种促销狂欢活动引导消费者超前消费、过度消费，也让人容易忽略节日真正的文化内涵。

其实，消费并不是庆祝节日的唯一方式，为让节日更有意义，多举办与节日相关的文化活动，通过节日活动让人体会到中华优秀传统文化的精髓以及博大精深，应当引起我们深深的思索。