

有话直说 >>

老穆

普及隐私面单，拧紧个人信息“安全阀”

国家邮政局近日披露，邮政快递领域个人信息安全治理专项行动取得显著成效，截至目前，隐私面单日均使用量达到1亿单左右，累计侦破窃取、贩卖寄递信息案件189起，寄递企业信息安全得到进一步夯实。

这一消息让人心底增加了几分安全感。网络时代，许多人日常生活都离不开快递，包裹上一张小小的快递面单，姓名、电话、住址等个人信息一应俱全，一旦在寄递、运送、拆封等某个环节出现漏洞，极易带来风险隐患，快递面单由此成为个人信息泄露的“重灾区”。近年来，快递从业人员偷拍快递面单变卖个人信息的事件时有发生，好多收件人随意丢弃外包装也会出现意料不到的闪失。

为防止快递面单上个人信息“裸奔”，隐私面单应运而生。“隐去手机号中间几位”“只显示姓不显示名”，隐私面单相当于为个人信息上了一把锁。

然而，隐私面单推出近5年来，尚未得到广泛应用。2021年“双11”前，新华社推出《快递“隐私面单”推广难》的深度报道，通过调查分析，归结出两大原因：一方面，为数不少的消费者寄送快递时没有勾选，或因使用不便而放弃；另一方面，隐私面单给快递员增加了额外工作量，快递员怕影响配送效率而懒于使用。对此，

快递企业也没有尽到引导、提醒、敦促和监督的责任。

2021年11月1日正式施行的《个人信息保护法》，对提供重要互联网平台服务、用户数量巨大、业务类型复杂的个人信息处理者，规定了需要履行的义务，同时明确了罚则。

今年3月，国家邮政局、公安部、国家网信办启动为期半年的邮政快递领域个人信息安全治理专项行动。通过多方共同努力，到目前，隐私面单日均使用量达到1亿单左右。

但相较日均近3亿件快递(今年前8月全国快递业务量超700亿件)，隐私面单普

及率依然不高，面对规模庞大、增量显著的快递市场，“日均亿单”只是个良好的开端，尚需持续加力。

防止快递面单成为“泄密单”，需要强基、固本、清源。强基，就是夯实技术支撑，加快推广使用隐私面单和虚拟号码等安全防范技术；固本，就是完善制度保障，加快制定相关规范和标准，完善快递业个人信息保护制度体系；清源，就是加强源头治理、综合治理，严查严惩快递领域涉个人信息安全违法违规行。

个人信息安全关乎百姓切身利益，期盼隐私面单加快普及推广，个人信息保护更加有力。

新华时评 >>

刘怀丕

良俗入人心 乡风更文明

时维九月，金风送爽，全国“农村移风易俗主题宣传月”活动集中开展，各地各部门一起行动，线上线下协同发力，多渠道、多形式宣传移风易俗精神和政策。

实施乡村振兴战略，不能只看农民口袋里的票子有多少，更要看农民的精神风貌怎么样。近年来，从中央到地方，综合施策革除农村婚丧嫁娶陈规，取得了明显成效。不过，天价彩礼“娶不起”、豪华丧葬“死不起”、名目繁多的人情礼金“还不起”等问题依然存在，许多农民虽对此心里反感，但碍于面子，不得不从俗。

这些陈规不仅给广大农民带来巨大负担，还扭曲了正常的社会价值观。推进以婚丧嫁娶为重点的移风易俗，是当前农民普遍关注的现实问题，也是培育和践行社会主义核心价值观的必然要求，更是实施乡村振兴战略的题中之义。

前不久，农业农村部等部门印发《开展高价彩礼、大操大办等农村移风易俗重点领域突出问题专项治理工作方案》，重点治理高价彩礼、人情攀比等突出问题，具有很强的针对性、实效性和指导性，受到广大农民的欢迎。各地各部门严格落实落细，必能减轻农民人情费支出，推动农村形成婚事新办、丧事简办等新风尚。

推进移风易俗既要强化法律法规的约束，还要靠村规民约的引导。一些地方建立的红白理事会、村民议事会等群众性组织，在移风易俗中发挥了积极作用，要继续扩大这些群众性组织的引导力、影响力。要充分发挥农民群众移风易俗的主体作用，加强文化引领、强化价值认同、注重实践养成，让他们真正成为新风尚的制定者、执行者、评议者和受益者，做到自我管理、自我约束、自我提高。“十里不同风，百里不同俗。”推进移风易俗，要充分考虑群众习惯和接受程度，不要搞“一刀切”“齐步走”。

“风俗者，天下之大事也。”移风易俗，久久为功，广袤农村必将成为一片家风良好、民风淳朴、乡风文明的希望田野。

据新华社



幽默一刀

春鸣/画
穆亮/诗

“熬夜水”能大补吗



熬夜最深的夜，喝最“补”的水！无法拒绝熬夜的年轻人，心里还念念不忘养生……继“啤酒枸杞”“喝可乐放党参”等硬核养生方法之后，有一种用中药泡制的“熬夜水”在奶茶界异军突起，宣称能让年轻人熬夜后迅速恢复元气。

透明复古的玻璃瓶，配料表里满是“大补”的药材，瓶里还能看到整根人参，看起来就很“养生”。加上“熬夜水”

还有祛黄、提亮肤色、防脱发、抗疲劳等“强大”功能，再配上“神仙熬夜水长生不老”“熬夜快乐水”等诱人名称，爱熬夜的年轻人难免趋之若鹜。

但是，任何一种食材或药材都不能让人马上从熬夜的透支中恢复过来，把“熬夜水”当成灵丹妙药，不仅不能养生，反而可能会损害健康，务必要科学对待、理性选择。

一针见血 >>

江德斌

“滤镜美食”只是“看上去很美”

红彤彤的烤馒头夹龙虾、焦褐色的炸肥肠、金灿灿的菠萝饭……记者近日在多个美食推荐平台搜索发现，有不少消费者对这些网红美食产生无限遐想，进而想按图索骥，赶快购买回来大快朵颐。

仅从销量来看，商家的这种宣传套路还是很有效果的，确实有不少消费者被诱惑住了。不过，美食毕竟是满足口腹之欲，好不好吃不能完全靠包装，终究是要靠口味和品质。所以，此类用滤镜包装而成的网红美食，只是“看上去很美”罢了，悬浮于网络上尚可，一旦与消费者来个亲密接触，就经不起考验了，立刻原形毕露，犹如被揭开金玉外壳的败絮，消费者上一次当就不再回购了。而且，社交媒体时代口碑相传速度很快，“滤镜美食”的口碑崩塌后，也会遭到市场冷遇。况且，“滤镜美食”涉嫌虚假宣传、消费欺诈等，商家有意

欺瞒消费者，于法不容。需要注意的是，部分美食博主、探店主播等为了流量和利益，也与商家达成合作协议，主动为其宣传“滤镜美食”，甚至自己动手，给美食进行修图、加料等过度宣传，这亦有违法之嫌，可追究他们的法律责任，平台亦可依规进行处置。

“滤镜美食”在网络上大行其道，亦跟当下浮躁、虚夸的网络环境有很大关系，很多网友热衷于追热点流量，追捧滤镜加持下的浮夸虚假的事物、人物，缺乏理性思考能力，难以辨识真相，很容易就被人带节奏，无脑跟风，成为乌合之众。

“滤镜美食”只是一个缩影，只要此种网络环境不改变，就会有市场存在，不断有消费者受骗。因此，还是要加强整顿网络，遏制打击虚假网络现象，引导网友树立理性客观的价值观念。据中经网

有感而发 >>

魏冬妮

践行垃圾分类 保护生态环境

随着垃圾分类政策的实施，许多小区的相关工作正在有序推进中。实施垃圾分类，对于保护生态环境意义重大，每个人都应从自身做起，认真践行。

要把垃圾分类落在实处，仍有很长的路要走。比如，要求居民个人在家就把垃圾分类做好，将塑料瓶、废纸、金属、玻璃等可回收垃圾扔到相对应垃圾箱，许多人都觉得“太麻烦”，不如直接扔了方便。

为了鼓励市民做好垃圾分类，有关部门也开展过相应的活动，如市民可以利用智能垃圾分类系统通过垃圾分类积分兑换礼物，或与相应的合作超市兑换礼物。同时有关部门不定期进行宣传，向居民展示垃圾分类的基本流程、可回收物资源化利用后的产品，以及分类后对环境保护方面的贡献等，对调动居民参与垃圾分类起到了积极作用。

垃圾分类是推动垃圾减量化、资源化、无害化的重要措施。垃圾分类不是易事，涉及到分类投放、分类收集、分类运输、分类处置等环节，这是一项长期而系统的工程，既需要加强科学管理，形成长效机制，推动习惯养成，还要加强引导、因地制宜、持续推进、以点概面，让人们充分意识到垃圾分类的重要性。只有从我做起，实施垃圾分类，才能带动更多的人加入到垃圾分类的行列中，一起为改善生态环境而努力，为绿色发展、可持续发展做贡献。