

本期热评 >>

老穆

期盼快递包装早日实现“一路绿波”

伴随着“双11”电商促销,快递行业即将迎来业务高峰。按照要求,各快递企业将通过使用可循环快递箱、环保胶带等方式,携手推动行业向绿色化、减量化发展,进一步促进绿色生产、绿色消费和绿色物流,这也成为今年“双11”的一大亮点。(《大同晚报》11月1日)

这是一个令人欣慰的变化。近年来,快递数量迅猛增长。全国快递年业务量2019年600亿件、2020年800亿件、2021年1083亿件、2022年1105.8亿件,1320.7亿件,2024年前三季度已突破1200亿件。日均2到3亿件的业务量,方便了公众生活,活跃了物流市场,同时也带来巨大的环保压力和资源浪费。纸箱、塑料袋、填充物、商品自带包装……不计其数的

废包装,每天在快递网点前、小区内、大街上“流落”,令人颇觉头痛。

尽快实现快递包装瘦身并想办法循环利用,成为全社会关注的问题。

2020年12月,国家发改委、国家邮政总局等8部门联合发布《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》,《意见》提出,到2025年全国可循环快递包装应用规模达1000万个,快递包装基本实现绿色转型。

2021年2月,国家邮政总局发布了《邮件快件包装管理办法》(自当年3月12日起施行),其中规定,快递不可再随意包装,并明确了邮件、快件包装选用要求,细化了包装操作要求、监督管理规定。

然而,快递“换装”并未看到有效进展,传统包装仍唱主角,可循环包装极其罕见。

2022年6月,新华社推出《可循环快递包装“最后一公里”如何打通?》的报道。报道说,近两年,多个部门、相关企业大力推广可循环快递包装,加快快递包装“绿色革命”。但在消费者收到的快递中,纸箱、泡沫箱、塑料袋等传统包装占据主流,可循环快递包装仍很少见到,其主要原因是回收成本高、实现循环难。

一是可循环包装成本高,在物流终端回收存在困难,导致推而不广,市场认可度较低;二是终端配送以“求快”为要,高昂的时间成本让很多快递员对循环箱“爱不起来”;三是很多用户对“退箱子”不习惯,不是嫌麻烦就是想留着用或者卖废品,有的担心循环箱不干净、不结实。

看来,打通可循环快递包装“最后一公

里”,需在各个环节寻求突破,要通过广泛宣传、政令规范、制度约束、技术改进、有奖激励等措施,从源头到终端全链条推进。

目前,不少快递企业以兑换积分或抵扣包装费等激励措施推出纸箱回收服务,以实现旧纸箱再利用。还有,快递小哥在包装时,会根据具体情况减少包材使用,小而轻的纸箱采用“工”字封装、中大件用“十”字或“井”字封装,尽量少缠胶带,纸箱里少用或不用填充物。这都是可圈可点的进展。

各方达成环保共识并付诸行动,为快递行业注入一股“清流”。避免过度包装、促进循环利用,既有利于降低物流成本,更有利于环保和节约,期盼关涉整个社会、牵系千家万户的快递包装早日实现“一路绿波”。

新华时评 >>

乌梦达

莫被“低价”误导

近期,多地市场监管部门和消协发布“双11”网购消费提示,提醒消费者识别套路,认清虚假折扣。

“打折”既能让商家提高销量,也能让消费者得到实惠。这本是双赢的好事,一些商家却在价格上动起了歪心思。

有的先提价后降价,一些商品比平常贵好几百元却称“最低价”;有的虚构原价,直播间自标“原价1999,现价只要99”的洋酒在其他店面只要39一瓶……“福利”是假,套路是真。

消费者网购时应尽量选择资质齐全、信誉良好的电商平台;下单前,弄清楚优惠规则,不被“低价”误导,不轻信库存紧张等诱导式营销和剧本式营销等话术。

面对“双11”促销季的种种诱惑应保持冷静,只有不轻信、不冲动,才可能以好的性价比买到心仪的商品。 据新华网

有感而发 >>

魏冬妮

做好科学教育“加法”题

据媒体报道,今年以来,我市各中小学积极探索“科学+”教育新模式,按下科学教育“加速键”,从“解题”到“解决问题”多方参与,共同做好科学教育这道“加法题”。

“吸管高塔”“桥梁设计师”“小球马拉松”“纸箱打比拼”……生动有趣的实验、精彩的讲解,激发着学生对科学的好奇心和探索欲。从举行科普讲座到开展科学系列活动,今年全市中小学纷纷通过“科学+课程”“科学+活动”“科学+资源”推进科学教育,相关机构也纷纷面向中小学生学习开展场景式、体验式、沉浸式科学教育,让孩子们近距离感受科学魅力,激发科学热情。

加强中小学科学教育十分必要。青少年正是树立理想、培养兴趣的关键时期,加强科学教育既能让孩子收获快乐,又能拓宽视野、增长见识。做好科学教育,不仅能激发青少年好奇心、想象力和探索欲,而且有助于培养科学精神和创新能力,在提升科学素养的同时,引导青少年树立正确的价值观和精神坐标。

从积极组织并支持师生开展丰富多彩的科普活动,到邀请科学家走进校园,让学生走进大学、科研院所、高科技企业,展现了我市对中小学科学教育的重视度,也让更多人认识到,加强科学教育是全社会共同的责任。充分利用网络、实验室、博物馆、教育实践基地等科学教育资源,丰富科学教育教育的内容和形式,在“双减”中做好科学教育加法,让孩子们在课程与实践中心乐享创新、品味科技,让更多青少年心怀科学梦想,树立远大志向。

诗画同评

商海春/画 穆亮/诗

拒绝“狮子大张口”



家电维修行业乱象丛生,消费者维权难。面对高昂的维修费用,消费者往往感到无奈。本文呼吁相关部门加强监管,规范市场秩序,保护消费者权益。

家电维修出现故障,在网络平台寻找维修服务,是许多人的习惯。

据统计,我国家电服务业总体规模已达万亿元,家电产品保有量超过30亿台,维修服务有较大需求。

近日有消费者反映,修理一个原价两三百元的电视遥控器,居然要价1700多元!对于家电维修漫天要价的行为,中国家用电器服务维修协会有关负责人和中国消费者协会有关人员作出回应:

根据国家规定,家电维修收费价格实行市场调节价,由家电企业根据服务成本核算服务收费价格。价格由家电企业根据市场供求关系自主决定,但这不代表可以漫天要价。

经营者应当明码标价,如提供所需更换零部件的费用清单以及上门费、检测费等收费标准,保障消费者依法享有知情权和选择权。消费者务必先询问收费标准,如果报价明显高于市场价格,甚至超过重置成本,不仅不符合市场规律,还涉嫌价格违法行为。

消费者可通过多种方式查询正规家电维修企业:家电企业新产品上印有二维码,用户可扫码查询;通过中国消费者协会“查验宝”小程序查询;通过家电品牌服务公众号、小程序、App查询;通过购买产品的渠道查询。

律师表示,由于通过网络发布信息提供维修服务的经营主体众多,监管难度较大,如消费者发现被骗,应及时向市场监管部门投诉。

文图据新华社

有话直说 >>

任翔宇

耍孩儿剧种“老树发新芽”值得期待

近日,“国戏风华”中国戏曲学院2024年展演季非遗剧种展演在北京梅兰芳大剧院举行,我市北路梆子和耍孩儿剧种保护传习中心的演员亮相舞台,表演了耍孩儿传统经典剧目《狮子洞》的一折《猪八戒背媳妇》,赢得首都观众的热烈掌声。(《大同晚报》11月4日)

非国家级非遗剧种耍孩儿,是以曲牌命名的戏曲声腔剧种,是大同及周边地区观众喜爱的传统戏曲剧种之一,是在中华民族漫长的文化进化史中孕育诞生的,在长期发展进程中形成了独特的艺术形式,积淀了深厚的文化底蕴,传承着大同独特的风土人情、方言声腔、艺术审美,散发着浓郁的乡土气息,是晋北传统文化的典型代表,承载着丰富的文化内涵和历史记忆。

随着人们休闲娱乐方式日渐多样化,

耍孩儿与大多数非遗剧种一样,不可避免地受到冲击和影响。但进入新世纪后,凭借着顽强的生命力和丰厚的历史底蕴,在政府和民间的共同努力下,耍孩儿重新焕发出活力。此次进京演出,耍孩儿就以舞蹈性极强的动作程式、独特的唱腔、火爆的打击乐,向首都观众展现了这一国家级非遗剧种的魅力。

非遗剧种“老树发新芽”值得期待。耍孩儿流传至今,是因为能够坚守和传承传统文化的精髓。随着社会发展,传统剧目也应紧扣时代脉搏、贴近现实生活,传承有新人,表演有创新。

对于一个剧种来说,生命力在于舞台,得有人唱,得有人听有人看。有人唱,就需要培养和继承,有老当益壮的坚守者,还有春风吹又生的后来人;有人听有人看,就需要在保持原汁原味曲唱腔这

些财富的同时,还能积极创作、贴近生活,把符合时代精神、时代审美、时代需求的新作品不断搬上舞台。

传承经典、创新发展,才能迎来非遗剧种的春天。尽管可能面对人员、场地、演出场次等难题,但文化部门和从业者都应坚信和坚持,非遗保护任重道远,非遗与时代的接轨之路必须持之以恒。

号称“天下第一团”的耍孩儿需要与大同文旅双向奔赴,让优秀传统文化“火起来”,真正深入人心、推陈出新,用年轻人喜欢的传播方式,让剧团走进网友的视线;不断创新剧目,打造更多适合新时代传播的新戏;抓住一切能展示非遗魅力的机会,通过文博会、全国会演、地方文化交流、群众文化活动等增加社会影响力,推动耍孩儿在发展中保护,在保护中发展。