

过度包装治理的“破”与“立”

李铁林

拆包装像“闯关游戏”，纸箱里面是泡沫盒，泡沫盒里有礼盒，礼盒里面是铁盒，铁盒里面还有拉菲草和塑料袋……商品包装追求“高端”“奢华”，看似精美，实则无用，令消费者备受困扰。

前不久，中国消费者协会等7家协会联合发出倡议，反对商品过度包装，推动绿色文明消费，确保商品包装合规合理。有数据显示，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%—40%。仅纸制包装，每生产1吨就需消耗约20棵树龄20至40年的树木和500吨水资源。商品过度包装，拆封即被丢弃，助长铺张之气、奢靡之风，也造成资源浪费、环境污染。遏制过度包装，看似事情不大，实则意义不小。

近年来，我国加大对商品过度包装的治理力度，从出台一系列强制性国家标准，到加强线上线下常态化监管执

法，再到端午节、中秋节、春节等重要节日前后开展专项整治，治理成效显著。去年，500元以上的月饼礼盒已基本退出市场，电商快件不再二次包装比例超过95%，智能装箱技术让包装耗材减量达到20%。也要看到，现实中商品过度包装远没有绝迹，治理还要常抓不懈。

奢华的包装暗含“面子”，往往与违规收送礼、高档礼品套现等问题相关联，扭曲了消费的意义。像包装精美的高档茶叶，就流传着“喝的人不买，买的人不喝”的说法。小商品里亦有大政治。当下，深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在开展，抓早抓小、防微杜渐，纠治过度包装现象背后的享乐奢靡问题，有利于遏制不正之风，进一步巩固风清气正的政治生态和干事创业的良好环境。

反对商品过度包装，并不意味着要降

低品质、摒弃设计，也不代表包装产业的“蛋糕”就缩小了。包装产业是连接制造与消费的纽带，是国民经济的重要“配套产业”，做好绿色发展的文章，同样可以拓展高质量发展的新空间。例如，在浙江安吉，“以竹代塑”制成的可降解包装走进千家万户，不仅守护了绿水青山，也支撑起当地蓬勃发展的竹产业。目前，全球包装市场规模超万亿美元，塑料和纸占比约一半。跳出粗放经营、低价竞争的窠臼，立足循环经济探索研发有竞争力的替代材料，辅以浸润丰富文化内涵的设计巧思，包装产业向绿向新发展天地十分宽广。

不只是包装产业，放眼整个消费品行业，进一步培育绿色消费风尚，既要破除旧消费理念，也要增加新消费供给。简约不等于简陋、简单。多数时候，获得感才是人们消费决策的金标

准。商品要赢得青睐，就不仅要关注含绿量，更要在品质和创意上下足功夫。从轻便的竹制自行车，到健康的负碳家居，再到绿色溢价不断降低的有机食品，纵观近年来受到市场欢迎的绿色产品，都胜在找准了绿色理念和使用体验的平衡点。在供给侧更多着力，才能以不断涌现的消费新亮点推动绿色消费理念深入人心。

《中共中央国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，“大力倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和消费方式”。推动经济社会发展绿色化、低碳化，需要从国家战略的大处着眼，也需要从反对商品过度包装这样的细节着手。让新风劲吹，小改变累积起来，必能撬动生产方式、生活方式的大进步。

来源：人民日报

大学校园向公众开放咋就这么难？

新华网记者 乌梦达 魏梦佳 赵旭

随着暑期临近，高校大门为何难“打开”的话题，又引发关注。

一种声音是，大学校园向社会开放，可以最大程度地发挥独特作用，开得越大越好。也有人对校园开放表达担忧，比如担心干扰教学科研秩序、增加额外工作量、加大成本开支、升高交通及治安风险、容易被商业机构利用牟利等。

对此，教育部官网曾在发布有关政协提案答复意见时明确表示，大学校园更好向社会公众开放具有积极意义，有利于大学更好融入社会、服务社会。

近年来很多高校陆续向社会开放，如在旅游旺季增加更多预约名额，

推出校园固定旅游线路，组织志愿者提供引导讲解服务等，但是高校开放的话题为何还总能引发争论呢？

关键还在于“落差感”——校园开放度以及对外开放过程中相关管理程序设置与社会公众期待存在差距。

曾经，高校大门普遍敞开，校友返校、市民健身、亲子游园、学术交流成为校园常态。

疫情期间，高校严格入校管控。然而在经济社会恢复常态后的今天，不少学校还是“扭扭捏捏”，校园大门“欲开又止”——

有的采取网上预约“限制性开放”，但不是名额太少就是预约程序繁琐卡顿，不仅需填报身份信息，还

得人脸识别，将便民流程变成“通关测试”；有的像是“挤牙膏”，没预约平台不说，还仅限周末刷身份证入校；有的干脆仍采取全时段封闭，民众压根找不到入校渠道。有网友坦言，想进学校还得“有关系”，或花钱找“黄牛”。

这种规避管理难度、维持“校内平静”的做法，是一些高校管理思维落后、校园治理能力不足的表现。

大学开放，贵在真诚，重在落实。化解“开放落差”，需要高校管理者正视公众对重回校园、感受文化熏陶的合理期待，拿出勇气和智慧，担起社会责任，摒弃封闭思维，让大学回归其作为公共空间的应有之义。

话风，体现作风、反映政风、折射党风。群众语言是我们党联系群众的看家本领和重要法宝，彰显了人民至上的价值追求，是党员干部必须具备的基本功。讲不好群众语言，就无法与群众有效沟通，也就无法切准群众脉搏，从而产生“信息差”“时间差”，致使党和国家的路线、方针、政策无法及时精准落地落实，也无法更多更好地惠及人民群众。

话须通俗才传远。群众语言或朴实大方，或简单明了，或生动有趣，让人听后觉得如沐春风、过耳不忘、引发深思。如果表达太过晦涩、拗口，看似“高大上”，实则“假大空”。揆诸当下，有的干部说话习惯长篇大论，把讲话当作卖弄文采、“炫技”的舞台，讲话时故作高深、故弄玄虚，说的人洋洋得意，听的人云山雾罩，无形之中与群众有了疏离感；有的干部开会时习惯照本宣科，与群众不对视、不交流，做事沉不下去、浮于表面；有的干部走访慰问时爱摆拍作秀，与群众说话犹如“背稿子”“对台词”，走“形”不走“心”……凡此种种都是作风不实、脱离群众的表现。

只有用群众熟悉的词汇、惯用的表达方式说话，方能“声声入耳”“声入民心”。如此，做起群众工作来也会事半功倍。当前，全党上下正在开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，转变话风也是加强党的作风建设的题中应有之义。广大党员干部应切实改进作风，转变话风，践行“四下基层”，讲好群众语言，练就看家本领。经常深入田间地头，走进群众家中，与群众拉家常话，聊百姓事，论平实理，多说简单、务实、管用的“土言土语”，少说正确的废话、漂亮的空话、严谨的套话，当好群众的“翻译官”“传声筒”“解铃人”，让党的政策主张通过有温度、有味道的群众语言飞入寻常百姓家。

来源：青海日报

善讲群众语言

樊登

不让奶瓶喂婴儿？动物园何妨更友好

辛河

规则与常情人性并非对立关系，而是相辅相成。

父母在展览馆内用奶瓶喂10月龄婴儿喝奶遭遇工作人员驱赶，引起热议。

据《新闻晨报》报道，6月14日，茅先生夫妇带着10个月大的婴儿游览上海动物园，临近中午，孩子饿了，而该动物园唯一的母婴室又在大门外。茅先生想在有空调的展览馆内用奶瓶喂孩子，却被展馆工作人员制止。茅先生认为上海动物园做法不近人情，展馆工作人员则认为不在展馆饮食是文明观展的通常要求。

一边是工作人员严格执行规定，一边是婴儿面临基本生理需求，这场看似简单的冲突，却反映出有一个普遍意义的社会命题：当刚性规则遭遇现实需求，管理者是否应保留一定弹性和温度？这不仅关乎一个动物园的管理智慧，也体现社会的文明程度。

当前，国内绝大多数博物馆和展览馆也严格禁止在展厅、展区或其他

公共场所内饮食，以防止食物残渣、液体或气味污染文物、展品或造成滑倒等安全隐患。部分场馆允许观众携带食品和饮料入馆，但要求仅在指定区域（如休息区、走廊长凳或餐饮区）食用。应该说，这种要求是合理的，也是必须的。文明观展，离不开游客的自觉和规章的约束。

但任何规则都不可能预见所有特殊情况，当规则与人的基本需求产生冲突时，是否应考虑例外情况？

按理，母婴室是为婴儿喂奶的理想场所，但据报道该园的母婴室只有游客服务中心这一个，且未见明显的指引标识。而且，该母婴室的位置离游客所在的科学教育馆较远。这意味着，对携带婴幼儿的游客可能会有一些不便。

况且，婴幼儿的生理需求具有不可延迟的特殊性。婴儿饿了要立即进食，且饥饿时往往会哭闹，既影响孩子健康，也可能干扰其他游客。动物园唯一的母婴室位于大门口，父母要么带着婴儿去较远的母婴室喂食，要

么在馆内迅速解决。

在这种情况下，展馆工作人员在执行规定时，直接驱赶就显得有些不近人情了。正如有市民接受采访时认为，“一切规则都应以人为本。”虽然动物园有规定，但也需要看实际情况。如果母婴室比较远，或者不够用，那么公园应想办法提供更多合适的空间给宝宝们使用。

如果对游客的不便多一点体谅，比如帮助婴儿父母就近找一个僻静场所，或临时开放员工休息区供其使用，很可能就可以避免这起争吵了。相信这种弹性操作和灵活处理，不仅不会破坏规则，反而会赢得公众的理解与尊重。

常言道，“法不外乎人情，理不外乎人心。”规则与人性常情并非对立关系，而是相辅相成。这件事看似小事，却给公共服务提了个醒：公共管理需要温度，执行规则要有智慧。面对此种特殊情况，不妨自问一句：如果这是我的家人，我会希望怎样被对待？

来源：新京报