

迎战连阴雨,秋收秋种抓好“抢”和“保”

新华社记者 王悦阳 胡璇

近期黄淮地区特别是河南、山东、安徽等地出现连阴雨天气,一些地方农田渍涝、农机难下,影响秋收进度,也给秋种带来一定困难。全力以赴抢收抢种,确保秋粮丰收到手、秋播不误农时,成为当前“三秋”生产最紧迫的任务。

无论是作物生长,还是粮食收获、储存,粮食安全的弦时刻都要绷紧。今年以来,我们克服干旱、洪涝等自然灾害影响,实现夏粮稳产、早稻增产,秋粮长势正常偏好。有效应对连阴雨天气影响、抓好秋收秋种服务保障,是确保今年秋粮丰收到手、打好明年夏粮生产基础的重要举措,必须高度重视,把各

项措施落实落细。

众人同心,其利断金。为应对连阴雨,各地各部门正在积极行动。农业农村部成立工作专班,跨省份调剂调运履带式收割机、烘干机等应急机具,并与财政部门进一步明确救灾机具补贴事项。受灾地区利用一切雨歇间隙,组织人机轮班,昼夜不停,做到“能收尽收、快收快抢”,最大限度减少田间损失。一些地方还有针对性地对应急机具进行改造升级,提升过湿地块通过能力。应对举措与近年来我国深入实施“藏粮于地、藏粮于技”战略、推进高标准农田建设等一起,构成当前抗灾夺丰收的重

要底气。

目前全国秋粮收获过五成。根据农业农村部和气象局联合发布连阴雨和农田渍涝灾害风险预警,后期部分地区仍有连阴雨和农田渍涝风险。打好这场秋粮抢收抢烘“保卫战”,各地各部门还需提高警惕、细化政策,从气象预警、田间抢收、麦播备耕到秋粮收储全面发力。

要抓好一个“抢”字。紧盯天气预报,抓好每一个抢收抢晒的黄金窗口。加大对应急机具购置、改装、作业支持,加强农机需求信息发布、顺畅通行、作业用油等服务,全力强化机具保障,加

快秋收进度。

要突出一个“保”字。协调做好粮食收购、保险理赔等工作,稳定秋粮价格,保障种粮农民合理收益。及早谋划冬小麦播种,加强种子、肥料等物资供应,指导农民落实好抗湿晚播技术措施,稳住播种面积,提高播种质量。

着眼长远,还要进一步提升农业防灾减灾救灾能力。此次应对连阴雨,反映出一些地方在粮食烘干、仓储等方面的短板。针对极端天气多发频发趋势,要加快补上沟渠连通、烘干仓储等短板,加强农事综合服务中心建设,为粮食等重要农产品稳产保供提供有力支撑。

别让消费积分沦为商家免责工具

汪昌莲

消费积分是商家对消费者“鼓励性消费”的一种奖励,有的积分可兑换限定产品,有的则可以享受会员专享折扣。《法治日报》记者近日调查发现,商家未提前通知消费者就将积分清零的情况时有发生。北京市消费者权益保护法学会常务副会长段威认为,积分本质是“消费对价的一部分”,商家单方面清零且不告知,与“侵占消费者财产”无异。

在数字化消费日益普及的今天,消费积分已成为连接商家与消费者的重要纽带。无论是超市购物、网络下单,还是餐饮娱乐,积分兑换礼品、抵扣现金已成为常态。然而,当积分制度逐渐异化为商家规避责任、模糊权益的“挡箭牌”时,我们不得不警惕:消费积分正从一种服务激励机制,悄然沦为商家的“免责工具”。

积分本应是商家回馈消费者、增强用户黏性的诚意之举。消费者通过持续消费积累积分,换取优惠或实物,形成良性互动。然而现实中,不少商家却将积分规则设计得复杂晦涩:有效期短、兑换门槛高、使用限制多,甚至在未充分告知的情况下单方面修改规则。更令人诟病的是,当消

费者对商品质量或服务提出质疑时,一些商家竟以“已赠送积分补偿”为由,拒绝进一步处理投诉,仿佛几枚虚拟积分便可抵消所有责任。这种“用积分堵嘴”的做法,实则是对消费者权益的轻视与漠视。

消费积分沦为“免责工具”,本质上是商家责任意识的退化。《消费者权益保护法》明确规定,消费者享有公平交易权、求偿权等基本权利。积分补偿不能替代法定责任。商品存在质量问题,服务未达约定标准,商家理应依法退换货或赔偿损失,而非以积分敷衍了事。将积分作为“息事宁人”的手段,不仅违背了积分制度的初衷,更侵蚀了市场诚信的根基。长此以往,消费者将对品牌失去信任,商家也终将因短视行为付出代价。

此外,积分规则的不透明与不平等,也加剧了消费者的无力感。许多积分条款藏身于冗长的用户协议中,消费者往往在兑换失败或权益受损时,才意识到“被套路”。而当争议发生时,商家常以“规则已公示”为由推卸责任,却忽视了自身在信息告知上的义务。真正的公平,不应仅停留在“有规则”,更在于规则是否合理、是

否被充分告知、是否可被平等执行。

要让消费积分回归激励与回馈的本质,须从制度与监管两方面发力。首先,商家应秉持诚信原则,明确积分获取、使用、失效等规则,避免设置隐性陷阱。积分补偿应作为额外福利,而非责任豁免的“赎罪券”。同时,监管部门应加强对积分营销行为的规范,明确积分与法定赔偿之间的界限,防止商家借积分之名行推责之实。特别是,鼓励建立第三方投诉与仲裁机制,为消费者提供便捷的维权渠道。消费者自身也需提升维权意识。面对不合理条款,不应因“积分小事”而选择沉默。每一次理性维权,都是对市场秩序的守护。平台与媒体也应加强监督,曝光典型侵权案例,推动行业自律。

消费积分,本应是温情的连接,而不应成为冷漠的推诿。唯有商家摒弃“免责思维”,真正尊重消费者权益,积分制度才能焕发应有的价值。别让那一串数字,成为压垮信任的最后一根稻草。我们期待的是一个更加透明、公平、有温度的消费环境——在那里,积分是诚意的表达,而非责任的逃避。

来源:北京青年报

“AI生成伪证要求商家退款”薅的是社会诚信的羊毛

程思琪

利用AI工具生成虚假的商品瑕疵图片要求“仅退款”。最近不少电商平台商家反映,有消费者利用AI生成以假乱真的商品破损图要求商家退款,平台一旦依据“伪证”完成退款,商家申诉无门……类似事件引发人们对利用AI造假破坏市场环境、冲击社会诚信体系的担忧。

无论对消费者还是商家,通过AI技术获取不当利益,本质是一种短视的信用透支。消费者骗得一笔退款,却可能在平台留下失信记录;商家骗来一笔订单,却永远失去了品牌的信誉口碑。

AI商业造假的危害远不止于个案的经济损失。它催生出一条猜疑链:商家无法分辨诚实消费者,不得不

增加防伪成本,如录制商品封装过程等;消费者难以甄别商家宣传的真伪,购物决策变得犹豫;平台则陷入对交易双方行为的审核困境。最终,所有增加的成本和丧失的信任,最终将由全社会共同承担。

面对这场因技术被错用而带来的“猫鼠游戏”,仅凭单一主体的“防御”往往力不从心。平台的审核规则常被AI造假利用;监管部门信赖的图片、视频等,其真实性也在AI技术盛行的当下变得难以鉴别。

这说明,我们原有的监管模式和手段在AI时代显现出一定的不适应。有必要转向注重技术赋能、全链条治理和多方协同的新范式,通过“以技治技”提升对AI造假的识别能力,

完善法律法规为监管提供依据,并推动形成社会共治格局,有效应对AI造假对营商环境的冲击。

每一位市场参与者都应恪守诚信底线,对敏感信息保持怀疑态度,多渠道核实。公众媒介素养和批判性思维的提升,也是抵御AI造假的广泛防线。

AI技术本身是中立的,但技术的应用常被赋予价值导向。利用AI“薅羊毛”,看似给自己薅来了利益,实则薅的是社会诚信体系的根基。唯有通过技术、规则、监管与公众意识的合力,才能构建起与AI时代相适应的治理体系,守护好营商环境乃至整个社会赖以生存的信任根基。

来源:新华每日电讯

让欢笑与潮汐共鸣

鞠实

千百年来,渔民在退潮后的滩涂和礁石区采集鱼虾贝类,赶海成为他们的生活方式。如今,一些地方将赶海开发为旅游项目,“赶海+研学”“赶海+民宿”等融合业态兴起,赶海视频广泛传播,海鲜加工、餐饮、交通等产业链延伸……赶海拉动文旅经济,带来诸多正向效应。

也要看到,一些游客使用高压水枪、钉耙等工具暴力赶海,破坏沙蟹、蛤蜊等底栖生物的栖息地;在礁石区敲打作业,直接损伤珊瑚、海藻床,削弱海岸线天然防护功能;游客遗留的塑料渔网、化学防晒剂,通过潮汐扩散,破坏水质,甚至引发海洋生物死亡。相关行为破坏生态,违背了保护海洋生物多样性的要求。

赶海游乱象频发,背后是短期利益与长期价值的碰撞。对沿海地区而言,赶海游是农文旅融合的“低成本突破口”——仅靠自然资源,无需大规模投入,即可引客。但简单粗暴的赶海方式带来生态问题,降低游客体验,损害地域文旅形象,甚至让“靠海吃海”沦为竭泽而渔。

破解之道,当以生态保护为底线,以游客体验为抓手,构建保护—开发—共享的协同机制。例如,划定生态红线,对赶海区域进行分区:核心保护区禁止一切人为活动,生态修复区限制工具类型与作业强度,休闲体验区“限量、限时、限具”,更好兼顾生态保护与旅游发展。又如,制定服务规范,要求旅行社配备生态导览员,推广可降解工具,禁用破坏性设备,更好实现“无痕赶海”。

守护生态,必须发挥赶海参与者的积极性。探索建立“垃圾换纪念品”等激励机制,引导游客主动参与海滩清洁;建立利益共享机制,将渔民纳入文旅产业链,培训渔民担任生态向导,开发“渔家乐”“海产加工体验”等衍生项目,实现生态保护与增收的良性循环。

赶海,是人与海洋的“对话”。当游客的欢声笑语与潮汐律动共鸣,渔民的生活改善与生态修复同步,这场“对话”才能不断延续。期待有关部门、企业、游客以敬畏之心守护海洋,以创新之智开发资源,以共享之念凝聚合力,推动赶海旅游健康发展。

来源:人民日报