



媒体聚焦

正观视评：
救灾物资里有高跟鞋？
慈善捐赠“用得上”是硬道理

近日，辽宁葫芦岛建昌县遭遇强降雨，300多名受灾民众一度被困。有网友发视频反映，收到的捐赠物资里面有不少高跟鞋和破衣服。建昌县慈善总会回应称，那些可能是个人捐赠行为。

救灾物资的抵达，往往会带来受灾群众亟需的生活必需品，也让他们感受到外界的关怀。而高跟鞋既不方便穿也不适合应急，这显然难以满足受灾群众当前的生活需求，也造成一定的浪费。捐赠本是件好事，但如果不能够真正帮助到别人，那它的意义何在？

分散的个人捐赠，能够集中送到受灾群众手里，说明中间还是有组织的。出于对受灾群众的负责，以及对自身慈善行为的负责，应该对捐赠物资进行一定的审核把关，确保能够物尽其用、雪中送炭。否则好心也只能办坏事，对于慈善事业发展也是不良影响。当地慈善机构不妨查一查这批物资的来源和去处，及时澄清，并且吸取教训，对不合适的捐赠物也要合理拒绝。

人民日报：
景区大门越建越远
景区发展当有长远眼光

抵达景区大门后，穿过长长的商业街才能到达游客中心，购票、坐上摆渡车，开行几公里甚至十几公里才能抵达游览区……四川省发展改革委前不久发布通知，明确“有效遏制景区不合理外移游客接待中心、配套停车场，增加游客配套交通费用负担等行为”，引发网友点赞。

应该看到，一些景区出于保护环境、提高游客承载量等原因，大门修得稍远、设置摆渡交通工具，有其合理性和必要性。还有的景区山路狭窄、路况复杂，大量私家车驶入存在一定的安全隐患，进而将摆渡车作为主要交通工具，游客也能理解。景区大门与游览区之间的距离长短，是否设置摆渡车，考虑这些问题的出发点应是景区发展和游客的实际需要。部分景区之所以受到诟病，正因为偏离了这一出发点。景区发展当有长远眼光，如果为了眼前利益不惜损害游客体验、侵犯消费者权益，无疑最终会因小失大、得不偿失。

经济日报：
小众运动寻求“扩圈”密码

在奥运效应带动下，一批小众体育项目成为新晋流量密码。攀岩馆“长满”爬墙的人，滑板“炫技”成了街头一景，“国风”射箭馆走红社交媒体。小众运动彰显时尚、个性，人们参与其中，体验的是新的生活方式，追求的是潮流文化。

攀岩、滑板等运动的大众认知度和参与度不高。奥运会增设新项目，目的是吸引不同群体关注。这些小众项目通过奥运舞台实现“破圈”，进一步提升了自身影响力。小众运动不可小觑，也需理性看待。如何在“破圈”之后实现“守圈”甚至“扩圈”，成为新兴小众运动面临的共同挑战。新兴行业快速崛起通常伴随着从业者大量涌入，一些师资力量不够、培训经验不足、组织能力不强的从业者往往会浑水摸鱼，导致市场良莠不齐，影响行业声誉。因此，对从业者的准入门槛、业务范围、教练资质等关键信息严格审核把关也亟须跟上。

“小榴莲”背后
是郑州的“大开放”

瞭望塔

□ 郑言

中马航空货运枢纽项目加速推进——8月25日，吉隆坡—郑州鲜食榴莲首航仪式在郑州机场北货运区举行，1500箱、净重15吨、10个品种的马来西亚鲜食榴莲结束包机旅程落地郑州，这也是马来西亚鲜食榴莲第一次进入我国境内。

此次首航不仅是中马航空货运枢纽建设的重要成果，也是河南、郑州与马来西亚合作交流持续深化的重要见证，标志着郑州鲜食进口再添新线路，郑州合作共赢“朋友圈”进一步扩大。

小小榴莲，是中马友谊的见证，也是郑州高水平推进对外开放蓬勃发展的缩影。

近段时间以来，郑州在进一步扩大开放的大路上步履不停，不断开启与世界互动共舞的快捷键：

郑州航空口岸144小时过境免签政策成功落地，在服务国家高水平对外开放、便利中外人员往来、促进对外交流合作方面，发挥着越来越重要的作用；

成功入选全球性国际邮政快递枢纽承载城市，郑州国际物流枢纽开放能级加快提升，在新发展格局中战略地位愈加凸显；

中欧班列（郑州）今年前7个月开行突破1000列，总累计开行超1万列，中欧班列开行稳步增长，郑州开放的大门越开越大……

一个个创新成就、一组组亮眼数字、一幅幅蓬勃画面，激荡着郑州进一步持续推进高水平扩大开放的决心和信心，也澎湃着中原加快走向世界、世界紧紧拥抱中原的滚滚大潮。

经济全球化大潮势不可挡，开放发展的趋势坚如磐石。在这个开

放的时代，郑州需要与世界齐舞；在这个共赢的时代，世界大舞台需要郑州的参与和互动。郑州作为“一带一路”重要节点城市、新亚欧大陆桥的战略支点城市，肩负着建成连通境内外、辐射东中西的物流通道枢纽，朝着“买全球卖全球”目标努力迈进的时代重任。

吉隆坡—郑州鲜食榴莲顺利落地，不仅体现了国际大舞台对河南、对郑州地位作用、实力态势的认可与肯定，也展示了河南、郑州深度融入“一带一路”、积极参与国际分工、努力与世界共舞互动的信心和决心。

面向未来，以此次首航为契机，相信，郑州将不断提升运输保障和通关服务能力，打造稳定高效的货物运输专线，加快建设郑州—吉隆坡“双枢纽”，进一步打造连接东南亚的“空中丝绸之路”示范工程，高水平推进中马两地航空枢纽建设，加快形成内陆开放高地和开放发展新格局，努力在与世界的互动共舞中走向更加广阔的世界大舞台。

热点话题

减价不减真情实感，简装不“简”节日氛围，平价月饼成消费主流

月饼新标落地第一年，带来哪些变化？

距离中秋节还有半个多月，月饼市场的热度已经开始攀升。在“厉行节约、反对浪费”的当下，记者发现，今年月饼市场正悄然发生变化，呈现出拒绝过度包装、兴起“简约风”等特点。中国焙烤食品糖制品工业协会发布的《2024年中秋月饼行业趋势报告》显示，预计今年中秋月饼产量在30万吨，销售额在200亿元左右，相比2023年持平或略有下降。今年500元以上的月饼礼盒已基本退出常规市场。（8月26日《工人日报》）

“浓妆”变“淡抹”，月饼市场刮起“简约风”，符合社会期待和市场规律。这个变化，一方面与相关政策有关——今年是月饼新标准落地的第一年。2023年国家修订发布了GB/T 19855-2023《月饼质量通则》，该标准替代GB/T 19855-2015《月饼》，于今年4月1日正式实施。新规定明确，月饼馅料不应使用鱼翅等野生保护动物食材，不宜使用燕窝等名贵珍稀食材。

另一方面，则说明消费市场回归理性和务实。换句话说，越来越多的消费者不愿再为奢华包装、豪华馅料的“面子”买单，而是更倾向于选择健康新鲜、实惠朴素的“里子”。这一需求的转变，倒逼月饼厂商调整生产和销售策略，进一步促进市场的良性发展。



第十三届中原月饼文化节展出的特色月饼新品 记者 徐宗福 图

不难发现，今年的月饼市场呈现出两个特点：一是价格更亲民，二是包装更简约。有的月饼脱去繁杂包装“轻装上阵”，或是散装按斤卖；有的月饼分量“瘦身”，“大块头”变身“小迷你”。说到底，送人的月饼平价讲个心意，自己吃的月饼实惠图个仪式感，远离“华而不实”的标签，寄托团圆、丰收等美好寓意的月饼，才可返璞归真，传递真情与喜悦，传承传统文化。

当然，月饼简装却不简单。随着健康饮食理念的普及，以及

消费者口味渐趋多样化，低糖低脂月饼、创新口味月饼也受到不少年轻人的喜爱。这就要求，相关行业应在月饼口味和工艺、市场需求和风向等方面不断钻研，提供多元化和精细化的服务。与此同时，虽然遏制高价月饼取得成效，但各地相关部门仍需形成长效机制，严格执行新规，加大监管和惩处力度，根治乱象，防止过度包装、“天价”月饼卷土重来。

减价不减真情实感，简装不“简”节日氛围，平价月饼成消费主流。 评论员 韩静

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghpl@163.com