



媒体聚焦

北京青年报：
整治家电维修乱象
须用“李逵”打败“李鬼”

夏季是各类制冷电器使用的高峰期，家电维修中的“李鬼”也蠢蠢欲动。据《工人日报》报道，上海市消保委调查发现，家电维修市场虚假报价、虚假维修以及虚构故障等问题较为普遍。

家电维修是一个技术门槛较高的工作，普通消费者缺乏这方面的知识技能，如果家电出现故障，只能寻求维修人员解决问题。然而，家电维修行业乱象颇多，一些消费者遭遇“黑维修”，不仅家电没修好，还蒙受经济损失。据报道，有关调查发现，地图类、本地生活类App成为“黑维修”的集中地。平台不能为了流量利益，而沦为维修乱象的帮凶。监管部门应依法加强治理，督促平台坚守社会责任，遵守网络信息法规，认真审查家电维修商户的资质，杜绝发布虚假信息。同时，平台要发挥信息渠道的优势，严格筛选一批优质家电维修商户，与其签订合作协议，向消费者推荐，引导商户合规经营，依靠诚实守信、优质服务赚钱。

新京报：
喝这款矿泉水能生儿子
别再相信伪科学了

最近，山姆超市的弱碱性天然矿泉水火了。据报道，爆火的原因是，据说喝了能生儿子。而涉事会员商店客服回应称，该产品只是普通的矿泉水，网上的说法没有科学依据。

一瓶矿泉水能伴随着这样的谣言出圈，令人感到不可思议。这背后所反映出的对科学常识的认知不足，以及少数人根深蒂固的重男轻女思想，依旧值得重视。事实上，在社交平台上，“碱性备孕提高生男宝概率”等类似的说法并不少见。在社交平台上，不少专业机构也曾就此类谣言进行过澄清。即便有权威机构辟谣，还是会有人相信这类谣言。这是因为少数人迷信偏方，对相关科学常识的学习和认知相对不足。这在某种程度上也体现了加强科普教育的紧迫性，那些常识性的内容强调多少次都不为过。市场监管部门不妨以此为契机，进一步加强相关科普和辟谣，更好维护市场环境和秩序。

工人日报：
别让“安装刺客”稀释
家电“以旧换新”的善意

说是免费安装实际不免费、高空费材料费“套娃”收费……据《新华每日电讯》报道，不少消费者反映，自己本是换新家电，却被安装费“刺中”，有的安装费甚至高达商品本身价格的四成。

安装费畸高的问题由来已久，何以至此？最大的原因在于，家电销售与安装、维修、清洗等售后服务都是分开的，且售后往往外包出去。不少家电产品在卖场以“免费安装”的承诺来吸引眼球，却对免费的限制条件或额外收费只字不提；在网络平台，商家对安装需要支付的费用标注，往往也十分隐晦。治理家电“安装刺客”，一方面需要内部发力，家电企业应打破重销售、轻售后的发展思路，重视品牌建设；另一方面需要外部发力，相关部门应完善家电维修服务标准体系，拉出商家的负面行为清单，从而引导市场良性竞争。

读懂年轻人热爱“奔县”的
消费密码

瞭望塔

□评论员 李福

据《北京青年报》报道，今年暑期，大理、平潭、荣成、敦煌、延吉成为年轻人最爱去的县城，“数字游民”“旅居”等是年轻人热衷搜索的关键词，而县城70%的异地订单消费者是20至35岁的年轻人，追求“人少景美、松弛感、特色体验”的年轻人正拥向县城，为国内旅游添了一把“火”。

“县城游”被热捧出圈，优势在哪儿？除自然风光与特色文化等自带流量外，一方面，县城本身生活节奏慢、生活成本低，意味着年轻人可支配消费的自由度更高，更具“松弛感”，符合年轻人出行需求；另一方面，近年来，一些县域旅游优质供给也可圈可点，林林总总的商业综合体、形形色色的连锁品牌持续“下

沉”，让小镇青年喝咖啡、进影院成为一种时尚，进一步丰富的县域消费场景，为旅游消费提供了更多可选择性。

当下，在Citywalk、自驾游、探索新境等风潮的带动下，年轻人正在重新定义着旅游的方式和目的地。从走马观花式拍照打卡到沉浸式文化体验，从“酒店式旅游”到“特种兵式旅游”，从大城市转向小县城，可以看到，年轻人的旅游需求日趋多样化、精品化、务实化，对旅游的期待不再是简单的“一街一景”，更多的是寻找高性价比的“心灵栖息地”。

《全国县域旅游发展研究报告2024》显示，2023年，全国1866个县域旅游总收入平均值为42.95亿元，接待游客总人数平均值为508.27万人次，同比分别增长了41.19%、35.18%。应该看到，小城旅游热度的持续攀升，不仅是年轻人旅游观念的转型，更是中国旅游经济发展向下沉市场的触达。就当下而言，如何合理开发旅游资源，提升旅游服务质量，打造具有吸引力的旅游品牌，将是县

域旅游面临的重要课题。

每个县域都有不可复制的基础优势，县域经济也不是孤立的个体存在。值得审视的是，目前一些县域内的发展模式仍存在“盲点”。比如，在向大中城市看齐时，存在照搬照抄、复制粘贴等现象，导致各地旅游发展陷入同质化竞争；一些品牌在县域落地后，服务标准降低，山寨版频现等。保持高性价比优势，既需要因地制宜打造具有标识性的产业品牌和文化符号，补齐短板与不足，持续优化优质产品供给，拓展县域消费场景供给路径，也需要打通旅游经济大盘的上下端，实现资源共享、优势互补，在区域协调发展中找到定位，形成错位发展、协同共进的良好布局，带动县域消费体系释放新动能。

据统计，我国有2800多个县级行政区、3.8万多个乡级行政区，县域旅游经济是一片极具潜力的蓝海，需要得到进一步挖掘和释放。我们期待更多县域能够把握这一机遇，让越来越多的中国小城“精品出圈”。

热点话题

青少年为何屡屡沦为电诈“帮凶”？多管齐下，不给诈骗分子留下可乘之机

关好电话手表“安全阀”
别让电信诈骗“抓娃娃”

小小一块电话手表，竟然成了犯罪团伙的新目标？据央视新闻9月4日报道，今年6月，海南海口有家长报案称，孩子戴着电话手表被路边经过的大孩子骗走了。警方发现，犯罪团伙在学校附近向孩子搭讪借电话，骗取电话卡卖给境外诈骗集团，从中非法获利。全国其他地区也存在相似情况。

近年来，人们的安全意识越来越强，不少家长会给孩子佩戴上一块电话手表，方便随时保持联系。然而，孩子们往往由于年龄小，识别能力不足，防范意识薄弱，让诈骗分子有了可乘之机。孩子好心借出电话手表，却被别有用心之人盗取电话卡，用于违法犯罪活动，如此低劣手段令人气愤。

值得注意的是，海口警方在一次相关行动中抓获34名犯罪嫌疑人，其中成年人仅有2人，其余32人均为未成年人，多数不满16周岁。也就是说，电话手表涉嫌诈骗，相当一部分都是大孩子骗小孩子。

青少年为何屡屡沦为电诈“帮凶”？出租个人账户、兼职客服引流，甚至把手伸向同龄人、小学生，这背后既是家庭教育缺失，也与学校松散管理有关，导



央视报道截图

致他们法律意识淡薄、认知错位，受到所谓的高薪诱惑，就容易走上歧途。

法律上，盗取电话卡参与电诈，已涉嫌“帮信罪”。即便未成年人可免于刑罚，也应接受法律教育。在诈骗面前，年龄不是绝对安全的保证，心存侥幸于反诈而言，是一个极大弱点。专家指出，未成年人犯罪有着由轻及重，不断恶化的发展特点，在家庭和学校的教育中，从小树立法治观念，密切关注孩子的思想变化，显得格外重要。

在这场骗局中，被骗的不仅有小孩子，也包括陷入“帮信”的大孩子们——以为自己在轻松赚快钱，实则是赚着最少的钱，

承担着最大的法律风险。可以说，正是因为其反诈意识淡薄，又年纪小受法律保护，才成了诈骗团伙发展的下线。

依法严打电信网络诈骗，持续织密筑牢防护网，法律及有关部门必须“亮出牙齿”，严惩不法分子，揪出幕后黑手，别让孩子成电诈“帮凶”；家长要告诉孩子妥善使用和保管儿童电话手表，不随意借给陌生人。同时，学校应加强安全教育，让“反诈”成为开学第一课。多管齐下，不给诈骗分子留下可乘之机。

“以彼之道，还施彼身”，以釜底抽薪的惩治“抽干”电诈的生存空间，真正斩断黑色链条。 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：zghhpl@163.com