



媒体聚焦

新京报：
被隔壁误投色情片
酒店隐私保护得跟上

据报道，最近，有女顾客在入住酒店时，房间内电视突然被其他住客投屏播放了色情影片，长达10分钟左右，这一“乌龙”事件也引发了讨论，多名网友在评论区也分享起了“被误投屏”的经历。

误投屏，表面上看是“乌龙”，但实际上是在万物互联时代，酒店行业并未真正做好“新隐私保护”的产品设计缩影。酒店行业在布局和建设，顾客隐私应当是最优先考虑的设计要素，不仅关系到顾客的隐私，在极端情况中还关联到了顾客的人身安全。实际上，酒店行业应该意识到，不管产品或服务如何创新升级，保护入住客人的隐私安全才是更重要的基础需求。酒店行业在现阶段可以采取更多措施，例如，对酒店的网络进行升级，进行“一房一网”，避免不同房间客人在同一局域网里随意串联。更重要的是，在产品的设计端，针对酒店的场景进行特殊设计，实现投屏功能上的防火墙机制。

工人日报：
当网购评价体系被玩坏
再多“好评”也失去意义

据央视新闻报道，重庆的张先生在某平台下单时看到商品的好评率较高，但是到货后却发现并没有那么好，再细看评论发现，很多买家的晒图竟然是相同的。张先生怀疑这些好评是商家与网络水军合谋刷出来的。

刷单乱象屡禁不止，从主观原因看，商家和刷手都有利可图，二者默契合谋。从外部约束看，网购平台审查机制不严格，对常规刷单行为难以及时识别和处置，以及相关部门监管触角存盲区、处罚力度不够等，也是重要原因。刷好评看似给商家“长了脸”，实则涉嫌虚假宣传，侵害消费者的知情权、自由选择权和公平交易权，也破坏了买卖双方的信任基础及网购平台的整体信誉。遏制网络水军及刷单炒信行为，不仅事关构建公平的网购环境、竞争秩序，还关乎社会诚信体系建设。当评价体系不再被信任、当信誉被反噬，再多“好评”也没有意义，甚至“狼来了”的故事可能会在一些平台和商家上演。

人民日报：
拆除阻碍创新之“墙”

前不久，北京、上海、常州、杭州、合肥等15个城市宣布携手共建低空经济生态圈，计划到2025年打造100个示范项目。合作探索低空智能网联监管和服务模式，共同推进低空创新产业链的完善和发展，这样的“破壁”共建，助力低空经济行稳致远。

创新是发展的第一动力，协同是激发动力的重要催化剂。现代产业通常都具有较长的产业链条，涉及众多配套产业、应用场景，只有加强协同，才能让上下游同频共振。协同创新是重要的方法论。推进产业基础高级化、产业链现代化，单打独斗不行，握指成拳才能形成合力。产业链上下游需要协同，数字经济与实体经济间也需要协同。很多时候，产业协同创新，很难完全依靠“无形之手”，需要“有形之手”该出手时就出手。增强区域交通互联性、政策统一性、规则一致性、执行协同性，有助于催生新产业、新业态和新模式，提升创新效率。

生育支持政策持续上新
打磨细节务求落实

瞭望塔

□据《南方都市报》

10月28日，国办印发《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》，文件涉及生育假、生育津贴、托育服务等诸多方面，同时强调落实已有的生育政策，全文出现10次“落实”二字。

国家层面密集布局生育支持政策体系的建设和完善，9月12日，国家卫生健康委相关负责人就在国新办“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上表示，将会同相关部门，加快建立健全生育支持政策体系，大力发展普惠托育服务体系，减轻家庭生育养育教育负担。

与之相呼应，各地也已经在陆续探索出台一系列配套的生育支持政策，以在全社会进一步营造生育友好

型社会的制度氛围。10月份以来，“扩大辅助生殖技术服务资源”正成为各地的一个重要抓手。而此番出台的文件在强化生育服务支持方面就提出增强生育保险保障功能，加强生育医疗费用保障，“指导各地将适宜的分娩镇痛以及辅助生殖技术项目纳入医保报销范围”。政策措施中的“指导”，在各地的实践尺度中已经是紧锣密鼓了：据媒体报道，截至10月28日，全国已有27个省份将辅助生殖技术纳入医保报销范围，尚未纳入的省份也基本完成了前期的意见征求工作，全国31个省份年内有望全面实现辅助生殖入医保的政策落地。完善生育支持政策的相关措施，其实践力度、执行效率可见一斑。

政策性的生育奖励、补贴正在成为标配，此番国办文件已经提出，建立生育补贴制度，指导地方做好政策衔接，积极稳妥抓好落实，这将为各地在生育“大礼包”发放过程中的进一步加码拓开政策空间。

生育支持政策体系，已经不仅是

态度性的鼓励、倡导，更有务实趋向的成本共担机制的探索与完善。此番文件在提出“保障法律法规规定的产假、生育奖励假、陪产假、育儿假等生育假期落实到位”的同时，还明确建立合理的生育假成本共担机制，以回应社会上热议的“政策请客，企业买单”问题。企业按照国家有关规定为职工缴纳的生育保险费，准予在企业所得税前扣除，对此，社会各方亦期待更为细化的共担机制措施，比如对有婚育职工企业的税收减免、国家补贴等。

完善和优化生育支持政策，更重要的是细节化的落实，让育龄人口真切地感受到政策红利。而对生育友好型社会的建设来说，除了友好的政策，同样需要社会公共服务、设施层面的友好性建设。公共场所的母婴设施健全，公共交通对低龄儿童出行的特别设置和宽容氛围，需要公共设施管理维护方有细节性、人性化的制度安排。生育配套支持政策的再上新，整个社会层面的生育友好型元素更需要进一步的细节优化。

热点话题

“包装代保管”服务，这无疑既便利消费者，又能提升企业形象的好做法，值得借鉴、推广

退换家电需有原包装的规矩该改改了

购买家电留下的“废品”纸箱正在成为新的商品。据澎湃新闻报道，有媒体调查发现，在二手交易平台上，电视、洗衣机、冰箱、空调等大型家电的纸箱均有售卖，价格从20元到上百元不等，有的甚至能卖到两三百元。这些纸箱的买家主要是需要退换家电的消费者，因为退换家电需要原纸箱包装。

家电纸箱从废品变商品并不奇怪。在现实生活中，不少消费者在购买家电后，送货师傅会叮嘱其把纸箱保存一段时间，7天或15天，因为根据国家“三包”政策规定，有质量问题的家电，7天内退货，15天内换货；有的则要求保留更久，比如三个月，这个时长足以覆盖绝大部分家电的售后服务需求，方便消费者在有需要时，向商家提供外包装上的一些信息，比如纸箱上贴的家电身份标识。

退换家电需要原纸箱包装，这几乎是行业内不成文的规矩，但这一规矩却给消费者增加了保存负担。要知道，大家电的纸箱通常很占地方。一方面，要确保纸箱外观完整，内里的支撑物也要保留，这些东西在退换家电时还需要；另一方面，纸箱也不能完全拆开铺平存放，因为复原起来是个问题。有的消费者为减轻保存负担，收货后直接把纸箱扔了或卖了，导致退换货时没了包装，还需要缴纳一笔包装费，从几十元到二三百元不等。问题是，这

样的规矩合理合法吗？

从法律角度来看，有原包装才能退换货，这是商家在限制消费者的退换货权利。首先，国家“三包”规定并没有这一条款。其次，根据消费者权益保护法及《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》的规定，退货商品是否“完好”，指的是商品本身、配件、商标的标识完好，包装盒并不在确定商品是否完好的范围。最后，消费者权益保护法也规定：经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。因此，需要原包装才能退换货，是减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任的做法。

由此看来，退换家电需有原包装的规矩该改变了。不仅因为这一要求不符合法律规定，还因为向消费者索要包装费，不利于家电品牌进行宣传推广，无形之中还会降低商家的信誉度、美誉度。更何况，在“三包”期间出现问题，商家不能以没有包装为由，拒绝承担法定的“三包”义务。包装费用、运输费用应该由商家和厂家承担，不能转嫁给消费者。

据报道，有的家电卖场针对这一消费矛盾，推出“包装代保管”服务，家电送上门后，包装纸箱由工人带走，存放在仓库里，帮顾客免费保存三个月，这无疑既便利消费者，又能提升企业形象的好做法，值得借鉴、推广。据《北京青年报》



视觉中国图

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