

2021年8月10日
星期二
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/刘洁

市场星报

出版单位 市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 合肥安博印务有限公司
地址 合肥市新站区物流路以南
板桥河以东
电话 0551-64278186

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

“装修送耳塞求谅解”是和睦邻里“好范本”

廖卫芳

近日,家住浙江省绍兴市越城区城南街道华通花园小区一对小情侣在装修房子前,送了一只红色礼袋挂在邻居的门把上,袋子里有小零食,还有几个口罩和一对防噪声耳塞。礼袋上附了一封短信,告知即将要装修房子会影响邻居的生活,请多多包涵。(8月9日《绍兴晚报》)

业主购买同一幢楼,装修却有先有后,这是很正常的事。先装修的住户入住了,都希望后装修的住户能尽量不要影响自己的生活,这也是可以理解的。但在实际生活中,后装修的住户不可能做到一点也不

影响已入住住户的生活。于是,有的“老住户”嫌“新住户”装修噪音大、灰尘多而与邻居闹翻脸,致使今后同住一幢楼的邻居成了“陌生人”,甚至是“仇人”。

众所周知,装修一套房子,少说也要两三个月,敲敲打打、切割声、锯板声等噪音几乎天天有,加之装修的灰尘也很大,这对于已经入住的“老住户”来说,当然很受影响。如果后装修的“新住户”能事先打个招呼,或提前告知一声,或许还能得到谅解。但倘若“一声不吭”就装修,势必会引发“老住户”的满腹牢骚,甚至发生口角。这无疑会影响双方日后的邻里关系。

此次,浙江绍兴一对小情侣在装修房子前,给邻居送了耳塞等礼物以求装修影

响的谅解之举,无疑值得点赞。虽然这些小礼物不值几个钱,但这给日后的和睦邻里关系打下了基础。可见,给邻居送耳塞之举,不仅仅是求得对方对自己房子装修影响他人的一种谅解方式,更是促成了和睦、和谐的邻里情。

最近的一项调查显示,居住在小区商品房里的居民有超过4成不认识对面邻居,有30%的居民“怀念昔日邻里关系”,这也意味着现在小区居民邻里关系陌生或冷淡。

因此,笔者以为,“装修送耳塞求谅解”之举,是和睦邻里情的一种需要,是和睦邻里的一个好范本。但愿各地多些类似“装修送耳塞求谅解”的邻里关系,从而让每一位邻居都能成为“好邻居”。

时事乱炖

裁判文书网最近公布的一份判决书把“过度包装”送上热搜。这份文书显示,某网红零食企业员工将出售公司废旧纸箱获得的68.4万元占为己有。有网友算了一笔账,如果按2000元/吨的价格计算,在18个月内出售的废纸箱约有342吨,每个月约有19吨。(8月9日《工人日报》)

虽然在仓储、运输、销售各个环节,商家为应对物流运输过程中的磕碰和恶劣天气,对商品进行保护性包装很有必要,但也不能走偏路。以媒体报道的现象为例,一份捞面外卖有4个打包盒,一支口红的包装盒大得能装下一双鞋,一袋零食的包装袋数量比零食还要多,果篮里塞满废纸、只有上面一层是水果……

事实上,2010年4月开始实施的国家强制性标准《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》中明确:食品和化妆品的包装层数不得超过3层、包装空隙率不得大于60%、初

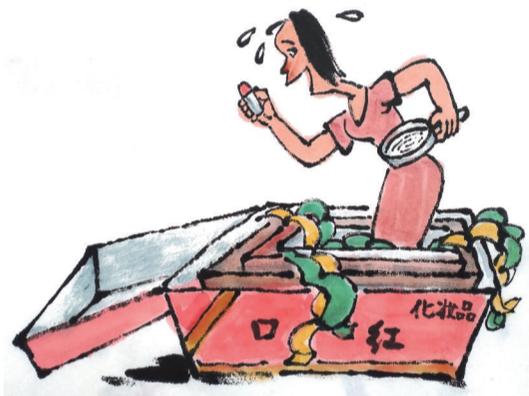
对过度包装就必须依法打击

杨玉龙

始包装之外的所有包装成本总和不得超过商品销售价格的20%。也就不难理解,突破上述标准,就可以界定为“过度包装”。

对过度包装不能只靠商家的自觉,还须靠法治力量。去年9月1日开始施行的《固体废物污染环境防治法》从全国层面上规定了“生产经营者应当遵守限制商品过度包装的强制性标准,避免过度包装”,并明确了生产经营者未遵守限制商品过度包装的强制性标准的,将被给予一定的处罚。避免过度包装,需要企业增强法律意识,市场监管部门更要加强监管,绝不能睁一只眼闭一只眼。消费者也应认识到过度包装是违法之举,可以举报或通过法律途径维权。

诚如媒体指出,过度包装不仅坑害消



“大”礼 王恒/漫画

费者,还成为包装减量化、绿色化、可循环使用的绊脚石。道理大家都懂,关键是要靠落实。今年4月份,江苏常州一家超市,因销售过度包装的茶礼礼盒,被市场监管局行政处罚。可以说,遏制商品过度包装只有动真格,才能起到以儆效尤的作用。

热点冷评

喜见青年人加入养生大军

贺成

只要出门,不论是踏青游玩,抑或观看演出,“90后”女孩小李定会带上泡着菊花茶的保温杯。在她看来,喝热茶既解渴,又能祛火,这个习惯从大四至今已经保持6年,“益处多多”。和小李一样,越来越多青年开始注重养生。(8月9日《人民日报·海外版》)

以往,一提及养生,几乎都跟老年人联系在一起。如今,养生正在成为年轻人语境中的关键词,甚至2020年底推出的《年轻人养生消费趋势报告》显示,33%的年轻人养生或已成为生活习惯,超九成成人具有养生意识,这无疑让人感觉意外,又顿生无限欣喜。

值得一提的是,当下的青年人,不仅关注养生,还呈现出更愿为养生付费的趋势。2020年《青年大健康消费报告》提出,近六成青年对健康有较强消费意愿,饮食和运动是其中“大头”。31~35岁这一群走在年轻“边缘”的青年人,为此消费的意愿度接近80%。

青年人注重养生背后,折射的是对自身健康的关注。这种在追求事业进步

的同时,希望拥有健康的生活和强壮的身体,不仅是对“健康才是人生最大的财富”理念的诠释,实际上对青年人也是不无裨益的。养生不是目的,而是为了更好地工作学习和生活。只有养成合理的作息和习惯,生命才可能充满活力,才可能实现工作学习和生活效应倍增。

相反,那些不注重养生的人,或者养生意识觉醒相对较晚的人,悄然透支了健康的身体,不但在追求事业上效率不佳,有的还倒在了“半路”上,连拿钱去换命的机会都丧失了。

健康事关你我他,更事关国家与民族的未来。当下,青年人开始养生的时间普遍提前,“90后”甚至“00后”开始养生;同时,“90后”“00后”的养生观也更深刻和丰富,“不生病”不再是唯一目标,拥有高质量的生活状态才是关键,这种代际差异自然不仅仅是代表着对养生和健康的态度转变,从国家与民族的未来考量,更是顺乎时代潮流之举。面对青年人加入养生大军,还需要相关职能部门去做更多的工作,不断加强科学引导。

非常道

引导粉丝文化步入健康轨道

明星失德违法,一些平台机构诱导粉丝“拉踩”“引战”“刷量”“控评”……一段时间以来,这些现象时有发生且愈演愈烈,扰乱正常社会经济文化秩序,已对青少年身心健康造成一定危害。各相关方都要负起社会责任,坚持正确导向,自觉做社会正能量的放大器,引导粉丝文化步入健康轨道。 @人民日报

微声音

人与人之间 每一场相遇都有它的意义

如果把生命比作一场旅程的话,那么人与人之间,就是一段路的关系。

人生聚散终有时。正如路再长,也一定会有尽头。

遇见的时候,要温柔相待;各奔东西后,也要温柔告别,挥手祝福彼此。

不是每一场相遇都有结局,但要相信,每一场相遇都有它的意义。

©新华社