

### 积分兑换套路多 综合治理须“填坑”

◎ 钱立功

“540积分+39.6元”可兑换一把天堂伞,但在天堂伞官方旗舰店同规格产品仅需36.99元;“4326积分+55.74元”可兑换某品牌5公斤装长粒香米,但在其他电商平台同款大米均价在50元左右……江苏省消保委近日组织体验人员针对积分兑换消费进行调查,发现在一些积分商城中,积分兑换产品价格虚高,消费者使用积分兑换商品反而更贵。而且,积分兑换消费还存在可兑产品少、产品质量欠佳、七天无理由退货难等问题。

积分兑换本是商家、运营商吸引、回馈客户的一种常见商业策略,旨在通过积分兑换让消费者得到实惠,提升用户黏性。然而,一些消费者在积分商城中不仅未能获得实惠,反而被商家“反向薅羊毛”。消费者陈先生收到积分兑换信息,点击后发现:原价近千元的扫地机器人积分兑换后仅需300多元;花200多元就能买到6瓶“茅台”酒;300多元就能买到足金项链……面对如此超值的积分兑换活动,陈先生毫不犹豫就下了单,几天后,收到的劣质白酒的陈先生当了“冤大头”。

据统计,2023年3月-2024年3月期间,江苏省消保委系统共接到1714条积分类投诉;2023年全年有关“积分兑换”舆情量共计80586条,其中消费维权舆情12646条,占总量的15.6%。包括积分兑换产品价格虚高、积分可兑产品少、积分兑换套路多,存在强制消费情况、积分兑换产品质量欠佳,或存在三无产品、积分清零不提醒、七天无理由退货难等。不少电信运营商、银行、航空公司、电商平台均不同程度存在类似问题。

如果真是货不对板的低价套路,倒也危害不大,可有些消费积分兑换短信,通过设置虚假链接、提供补差价、结合现金购买产品或服务等手段,套取消费者身份证、银行卡等个人信息,继而施以诈骗,风险不容小觑。积分兑换乱象涉嫌欺诈、虚假宣传和销售假冒伪劣商品,损害消费者的健康和利益,扰乱市场秩序,降低消费者的消费信心和热情,因此,必须下大力治理积分兑换乱象,打击反向“薅羊毛”行为。

应当建立完善积分兑换规则,不得设置各种陷阱,诱导消费者消费,让消费者积分使用和消费明白,并履行七天无理由退货的规定,不要为消费者正常退货设置障碍。要营造公平、诚信、健康的消费环境,加强对积分兑换行为的监督,对违法商家和违法信息服务提供者,要强化立案查处、媒体曝光等手段,遏制不公平的积分兑换行为。特别是对那些打着积分兑换的幌子进行诈骗的违法行为要依法严厉处罚,挤压电信诈骗的滋生空间,保障消费者合法权益,共同维护良好消费环境。

同时,消费者自身也要提高自我保护意识,科学、理性、安全消费,若在兑换期间发现受骗,要及时将相关证据提交当地消费者组织、市场监管部门、公安部门进行投诉举报,依法维护自身合法权益。

### 给热销的“降温神器”降降温

◎ 周荣光

这个夏季,全国多地连发高温预警提示,各类“降温神器”的销量也连创新高。一些网红降温喷雾的销量甚至超过10万。然而,一些消费者反映,部分降温喷雾产品的成分存在安全隐患。

酷暑夏日,防暑降温是人们普遍“刚需”。在这样的背景下,挂脖风扇、降温冰圈、冷感湿巾,还有号称“快速制冷”“一喷降温”的降温喷雾,凭借小巧便携、即用即凉等特点,为人们带来一抹酷暑中难得的清凉,也迅速被很多年轻人热情拥抱,成为市场上炙手可热的“降温神器”。

然而,“网红”产品热销的背后,却隐藏着不容忽视的安全隐患,让人不禁要为此“神器”的安全性捏一把汗:譬如,挂脖风扇本身有一定重量,使用一段时间后会对颈椎很不好,长时间吹会不舒服且有噪音,而使用不当若不小心卷进头发,会更麻烦;使用降温冰圈需将冻结的产品佩戴于颈项处,而让颈椎一直处于冰凉的状态下,可能会引发肌肉痉挛等症,影响身体健康;至于一些降温喷雾,大剂量直接喷洒于皮肤或衣物上时,可能导致冻伤,况且不少降温喷雾产品中含有乙醇、丁烷、丙烷等易燃易爆成分,这些成分在密闭空间内积累到一定浓度,遇明火或高温极易引发燃爆事故,给消费者人身安全带来威胁。

热销的“降温神器”虽好,但安全更重要。既然有不容忽视的安全隐患,对这些热销的存在安全隐患的“降温神器”,就需要及时“降降温”,加强监管,采取必要的预防措施加以改进。这样不仅是在维护规范有序的市场经济秩序,更是对消费者生命健康安全的负责。

监管部门应及时关注,采取有效措施,加大对“降温神器”等热销产品的抽检力度,对存在安全隐患的产品及时召回、依法查处,公开曝光,并畅通投诉渠道,及时回应消费者的关切与疑虑,确保有效维护消费者的合法权益。生产企业面对销量火爆的市场不能“昏头”,要承担起社会责任,将产品质量与安全放在首位,切实严把产品质量关,保证为市场提供安全可靠的产品,建立健全的咨询与售后服务体系,积极解决消费者在使用过程中遇到的问题,努力消除潜在的健康安全隐患。市场销售方面要保证在正规渠道进货,为消费者提供安全可靠的产品,并提供详尽的使用说明书,明确告知产品的使用方法、使用范围、使用时长及保存方法等关键信息,和消费者联手筑牢安全防线。

此外,消费者也应当多一份警惕与谨慎,提高自我保护意识。要保持清醒认识,不可盲目跟风追“网红”,不任意选购和使用“降温神器”。要根据自身实际需求合理选择降温产品,购买使用“降温神器”时,要仔细阅读产品说明,了解产品成分和使用方法,避免因使用不当而引发安全事故。

## 有温度的“见字如面”

【编者按】近日,一封封创意满满的大学录取通知书陆续送达准大学生的手中,各有特色的录取通知书也在网络热搜上霸榜:上海交通大学的紫气东来门外盒上带有“密码锁”的齿轮,哈尔滨工业大学送给每位新生一把“金钥匙”,浙江大学借鉴了《四库全书》古籍的装帧方式。录取通知书早已超过通知这一单独功能,它就是校方给予新同学的“见面礼”,一封录取通知书,展现的是高校将自己历史底蕴和人文关怀融会贯通的巧思,构建起一个好的“初印象”。

### 毛笔手写通知书是堂文化传承课

◎ 王琦

7月15日上午,陕西师范大学2024年毛笔手写录取通知书暨“悦临书法经典”临摹打卡活动开笔仪式在该校长安校区举行。这是这所文化历史积淀深厚的知名高校18年坚持毛笔手写高考录取通知书了。

在当今数字化、信息化的社会,电子邮件、电子文档已成为信息传递的主要方式,而传统的书信、手写字似乎正逐渐淡出人们的视野。然而,陕西师范大学却以一种独特的方式,坚守着一份对中华优秀传统文化的执着与热爱。18年来,他们坚持用毛笔手写高考录取通知书,为每一位即将踏入校门的新生送上了一份充满墨香与文化底蕴的礼物。

毛笔手写录取通知书,这一看似简单的举动,实则蕴含着深厚的文化底蕴和师者情怀。每一笔、每一画,都不仅仅是墨迹的流淌,更是对中华优秀传统文化的致敬和传承。在这个快速消费、即时满足的时代,陕师大选择用这样一种慢节奏、高情感的方式,来迎接新一批学子的到来,无疑是一种对中华优秀传统文化

的深情告白。参与书写录取通知书的书法家们,平均年龄已达75岁,其中不乏九旬高龄的耆老。他们用自己的双手,一笔一画地书写着对未来的期许和祝福。这些老先生不仅是书法的传承者,更是文化的传播者。他们的每一滴汗水、每一次挥毫,都是对年轻一代的鞭策和鼓励,希望他们能够坚守传统,继承并发扬中华优秀传统文化。

正如陕师大校长游旭群所说:“毛笔手写录取通知书,我们学校坚持了18年。这是文化的传承,是精神的传递,更是对教育事业的无限热爱与奉献。”这不仅是一份形式上的创新,更是一种精神上的引领。每一封录取通知书,都饱含着师者对学子的深情祝福和殷切期盼,都蕴含着对教育事业的无限热爱和执着追求。

对于即将踏入陕师大校门的学子们来说,这封毛笔手写的录取通知书,不仅仅是一份入学的凭证,更是一份文化的传承和精神的洗礼。它告诉他们,无论时代如

何变迁,无论科技如何发展,中华优秀传统文化的根和魂都不能丢。这是一份沉甸甸的责任,也是一份光荣的使命。

老教授上官养志的话,更是对这份责任的深刻阐述。他说:“通过毛笔手写录取通知书这一形式,就是要启迪新一代的陕大学子坚守传统,传承中华优秀传统文化,诚信学习、诚信做人。”这不仅仅是对学子的期许,更是对全社会的呼唤。

陕西师范大学的这一举措,无疑为我们提供了一个很好的范例。他们用自己的实际行动,诠释了什么是真正的文化传承,什么是真正的教育情怀。这不仅仅是一堂文化课,更是一堂人生课,它告诉我们:无论走到哪里,无论做什么,都不能忘记自己的根和魂。

毛笔手写通知书,不仅仅是一份简单的通知,更是一堂生动的文化传承课。它让我们看到,即使在这个数字化的时代,传统文化依然有着它独特的魅力与价值。希望更多的学校和有识之士能够加入到这一行列中来,共同为传承与弘扬中华优秀传统文化贡献自己的力量。

### 录取通知书可以创新,但无需奢华

◎ 亦荣

录取通知书虽是一纸通知,却蕴含对考生多年寒窗苦读的肯定,饱含学校的期许与祝愿,期望留下美好回忆。为此,许多高校都在录取通知书的制作设计中用心用情、花样百出、创意满满:浙江大学的通知书内页选用特殊透光材质,透过阳光,可映现出浙大求是大讲堂上空的璀璨星辰灯;复旦大学的通知书,采用国家级非遗山西路翎为封面,应和甲辰龙年寓意,取故宫丹陛石雕龙凤纹设计图样,且每份通知书的图样不同,成了新生的“独家定制版”;华南理工大学的通知书则以“百步之上、伸手摘星”为创作主题,将木棉花、前沿学科与华园标志性建筑等元素深度融合于细腻之处,所用纸张为高性能间位芳纶纸……

不过,凡事均应有度。若只是为了“出彩”,不惜在录取通知书的设计制作、封装发放、话题宣传等方面耗费大量心思,甚至会形成不少浪费:有的设计远超“通知”功能,力图拼颜值、拼奢华;有的通知书内增加明信片、印章、卡套等文创产品,打造工艺“通知盒”“通知箱”式的“大礼包”,这种倾向需要警惕和纠正。

录取通知书是新生入学报到的凭证。正常情况下,伴随录取通知书一并寄送给新生的,应包括入学期间的重要通知和必备物品。投入精力和财力,在录取通知书的设计制作中别出心裁,固然蕴含对新生的

关爱,但也会增加许多不必要的经济开销,如竞相效仿,“卷”出连锁效应,还会引发攀比,助长奢侈、浮躁之风。甚至个别高校将与其有商业合作的物品或印有赞助商LOGO的物品放入包装袋中,颇具诱导消费之嫌,就更不该了。倘若一件通知书加上邮寄费用动辄数千甚至数百元,一年成千上万封录取通知书的开支数额之庞大可想而知。若录取通知书制作成本过高,不仅会挤占高校的科研经费开支,也与我国建设资源节约型社会格格不入。

对大学新生而言,录取通知书的纪念意义在于求学新生活的开启,暖心的话语和充满人文内涵的简朴设计,更有深远意义。表述清晰、引人入胜、对高校新生入学起到教育和引导作用的通知书,即使简朴,也有深刻内涵。

在充满希望的大学“录取季”,高校通过个性鲜明、独具特色的创意创新,赋予录取通知书以更多元、更丰富的内涵,展示大学风骨,传承校训理念,寄予美好祝愿,叮嘱使命担当,激励追梦理想,其启迪、教化、引导作用值得期待,但不用追求贵重奢华。录取通知书应满溢翰墨书香,彰显高等教育厚重文化底蕴。期待录取通知书在创新中坚持简朴大气、富有文化底蕴的理念,切勿用过度包装、哗众取宠来博眼球。任何时候,内容都远比形式更重要。

## 有特色的录取通知书

### 「花样」录取通知书是育人好载体

◎ 许朝军

通知书“花样上新”的背后,是高校通过不同方式向新生展示学校办学特色、办学理念以及引导学生拥抱美好未来的匠心独运。不管是用盲盒抽赠校徽纪念章,还是在通知书内展示非遗成果和学校科研成果,展示学校魅力十足的育人风采,其蕴含的欢迎提醒和励志内涵,让人感动,也让不少大学新生倍感温暖和欣喜。

高校新生入学,是学子人生的一件大事,对于与学校素未谋面、一直沉浸于高中学业的学子而言,被录取后首先需要有一个崭新的认识,对新的成长成才环境有一个崭新的感知,对未来的发展方向有一个重新定位。而“花样上新”的入学通知书,无不把这些学子关心和需要引导学子思考的内容蕴含其中,其育人善意释放得淋漓尽致。

入学通知书原本是高校入学的“入场券”,但目前“花样上新”的通知书,已经让“入场券”演变成了凸显学校迎新热忱、引导学生熟悉进而喜欢上新学校的“入学礼”,同时更把入学通知书淬炼成一种展示办学定位、育人方向、发展谋划进而引导学子思考未来发展的育人良机,这必将成为学生终生难忘而且永久收藏珍藏的“入学引路之光”。入学通知书达到如此育人效果,更不能不说是高校育人智慧的凸显,这也是青年学子成人成才之福。

高校录取通知书“花样上新”已经成为释放育人智慧和善意的趋势,但守正创新和育人良机挖掘、育人善意释放的主基调,是制作和发放录取通知书不能偏离的主题。不可否认,在“花样上新”行为中,个别“翻新”翻得并不科学,“花样”的善意释放也并不理性。比如个别通知书一味追求高大上而毫无育人引领主题,比如个别学校录取通知书只顾追求外观而忽略“育人内核”和“文化内核”,比如还有个别学校出现姓名打印和书写错误、出现别字等,这些不仅了无育人智慧,而且还会导致学生和家长的诟病。实不足取,也更值得各级各类高校关注和引以为戒。

育人育才永远是高校的责任和使命,发掘育人良机,用充满智慧善意的欢迎态度和独具内涵的引领方式迎接新生,为新生入学创设人性温暖的氛围,为未来青年人才成长铺好入门之基,这些是高校迎新必须关心关注的重点。关爱和呵护新入校学子成长成才,不妨从入学通知书科学性“花样上新”开始,用匠心独运发掘育人良机,用智慧释放育人善意,为育人育才奠定基础创造氛围。



### 升学宴上的高考生

当前,升学宴、谢师宴等宴会火热。在一些地方,“不管考啥样,都得办升学宴”成为约定俗成的规矩。各地餐饮商家也因此推出各式各样的升学宴套餐:平步青云宴、鹏程万里宴、鱼跃龙门宴、金榜题名宴……家长因为子女升学宴请亲朋好友是人之常情,是可以理解。但是,不少地区出现攀比风气,讲排场、重面子,甚至对亲戚朋友进行“人情绑架”,带来了沉重的人情负担,不符合移风易俗的要求。王怀申作