

拨一拨，聊一聊，温岭热点尽在 掌握

热线 86901890



营造尊师重教氛围 提升教育发展水平

程绍德/文

9月10日是我国第37个教师节。近日，徐仁标、林强、陈辉、黄海斌、酆森迪等市领导分别开展走访慰问活动，向全市广大教师和教育工作者致以节日的热烈祝贺和诚挚问候。（详见本报9月10日1版）

百年大计，教育为本；教育大计，教师为本。教师们承担着教书育人的重任，职业崇高而神圣，被誉为人类灵魂的工程师。从某种程度上说，教师的水

平及工作态度决定着教学水平和育人质量，决定着教育的未来。尤其是从事基础教育的教师们，对孩子们一生的成长更是起到十分重要的作用。

教育是一项系统工程，更是一项伟大的事业。同时，教育也是一门综合的艺术。很显然，要想把温岭教育这项系统工程建成精品，把这项伟大事业做得辉煌，把这门综合艺术进行得完美，首先必须在加强保障上多下功夫，在营造尊师重教氛围和教育发展良好生态上大做文章。第37个教师节到来，市领导开展教师节走访慰问活动，目的就是进

一步营造尊师重教的浓厚氛围，动员全市上下更加重视教育、关心支持教育、共同抓好教育，不断开创我市教育事业发展新局面。

为人师者，大爱无疆。当前温岭正处于高质量发展的关键时期，发展教育事业意义重大。提升教育事业发展水平，首先要将教育真正摆在优先发展的位置，要让教师成为令人羡慕、最受社会尊重的职业，这不仅要靠全体教育工作者的努力，更要靠各级党委、政府和全社会的鼎力支持。抓好教师队伍建设，改善办学条件，

提高教育质量，才能促进我市教育事业又好又快发展，为温岭高质量发展提供强劲的人才支撑。

因此，全市各级党委、政府乃至社会各界必须高度重视教育，把为教师解难事、做好事、办实事作为践行党的群众路线教育的重要内容，满腔热情关心爱护教师，让尊师重教真正蔚然成风。而作为教师，也要牢记党和人民的重托，不断加强自身素质，努力成为学生健康成长的指导者和引路人。如此，才能营造出更加浓厚的尊师重教氛围，不断提升我市教育发展水平。

精准招引 高效服务

张忠德/文

9月7日下午，市委副书记、市长林强主持召开市招商引资工作领导小组（扩大）会议。会议要求，相关部门及各镇（街道）要善谋划重实绩，精准招引提效率。（详见本报9月9日1版）

众所周知，招商引资一直是产业结构调整、经济转型升级的重要抓手，是实现科学发展、跨越发展、加速崛起的关键支撑。对于温岭来说，要打造产业集聚的目标，不断加快融入长三角一体化战略格局，就必须高质量开展招商引资工作，以实实在在的招商成效助推我市高质量跨越式发展。

重大项目是稳定经济增长的压舱石，是加快转型升级的助推器，也是重振温岭制造雄风的支撑点。今年以来，我市深入实施招商引资一把手工程，紧扣招商引资主题，坚持以产业招商为工作重心，不断转变招商理念，创新招商方式，加大招商力度，取得了一定成效。但不可否认，当前我市招商引资工作还存在招商氛围不浓、主动谋划少、缺大项目好项目等问题。对此，要进一步营造

全民招商氛围，围绕发展谋划招引，千方百计狠抓投资，强化项目为王意识，提升招商引资实效。而要做到这些，亟须在精准招引、高效服务上下功夫。

应该说，精准招引只是拉动地方经济高质量发展的开始，而兑现承诺，用心服务，则是确保项目落地、企业真正留下来的关键。具体而言，要主动对接项目投资方，做到善于容缺，进一步优化项目审批，积极打造分工合作、精准到点、贴心舒心的招商营商生态，推动项目高效对接、落地见效。尤其要做到诚信招商、诚信待商、诚信留商，持续推进降成本、优环境专项行动，构建亲清新型政商关系，真心实意为企业排忧解难。

今天的招商支撑明天的项目，今天的投资决定未来的发展和转型。说到底，只有加大项目跟踪服务力度，才能推动优质重大项目引得进、落得下、建得好。以等不得的紧迫感，以服务至上的态度，积极主动跟踪对接各个投资项目，及时解决项目推动中遇到的各种问题和困难，让外来投资者切身体验到温岭上下亲商、安商、富商的良好氛围，才能真正引来更多优质行企放心投资、舒心创业、安心发展。

快递 签收费 不是增值服务而是增值收费

李英锋/文

近日，浙江省消保委发文称，有消费者反映，在使用顺丰速运+微信公众号寄快递时，发现顺丰公司提供了一项名称为“签收确认”的收费增值服务，收费金额为1元，购买该项增值服务后，收件人需凭顺丰发送的签收码或本人身份证后6位签收快递，消费者认为顺丰提供该项增值服务的行为侵害了其合法权益。对此，顺丰回应称，这一增值服务是目前快递行业中的通行做法，用户是否选择该服务，对快件正常投递没有影响。

顺丰快递“签收确认”费的单次标准为1元，金额虽不大，但涉及到快递企业的服务边界和服务伦理，涉及到众多消费者的权益。因而，对“签收确认费”的适法性、合理性得好好掰扯掰扯。

对于快递企业而言，快件“签收确认”服务是确保快递服务完整性、服务质量和安全的必要一环，是一项基本服务，不仅在契约义务的范畴内，也在法定义务的范畴内。《快递暂行条例》第二十五条规定：

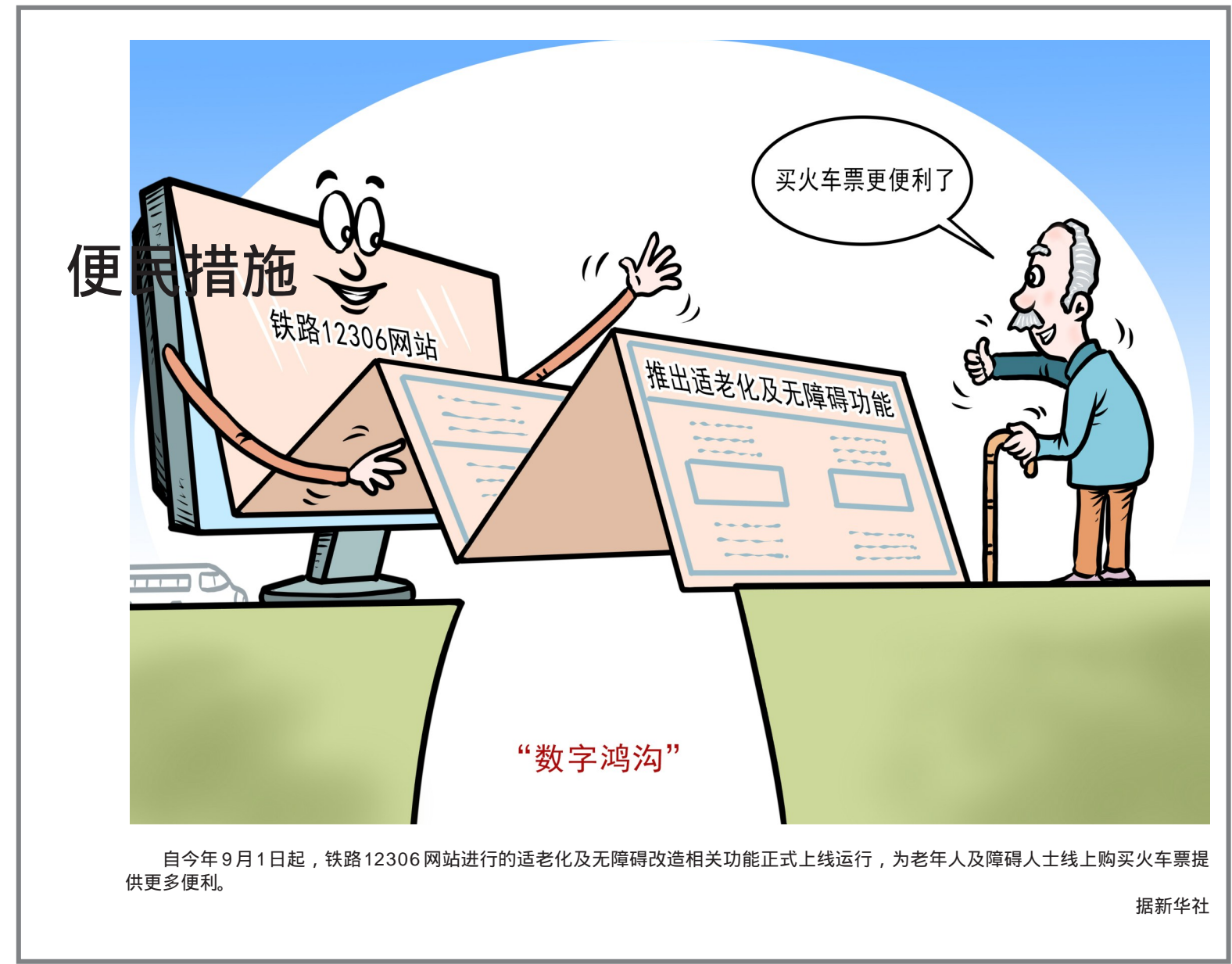
经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人，并告知收件人或者代收人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。《快递市场管理办法》第十七条规定：经营快递业务的企业应随快件（邮件），应当告知收件人当面验收。快件（邮件）外包装完好的，由收件人签字确认。投递的快件（邮件）注明为易碎品及外包装出现明显破损的，企业应当告知收件人先验收内件再签收。显然，“签收确认”环节是快递服务必不可少的一部分。尽管快递企业以“签收码”等方式完善优化签收服务，可增强“签收确认”的精准性、严谨性，减少误递问题，减少投递纠纷，也能提升投递效率，但升级提质后的签收服务依然属于快递企业的分内事，依

然没有超出快递企业基本服务的范畴。而快递企业向客户提供签收凭证也是签收服务的附属义务，即便客户没有额外购买“签收确认”服务，快递企业在客户有需要时也应提供必要的签收信息。快递企业已经收取了快递费，该费用理当涵盖签收确认环节，快递企业针对“签收确认”环节另行收费，属于重复收费，加重了消费者的负担。

消费者自愿选择购买“签收确认”服务不是快递企业收费行为合法化、合理化的理由。《民法典》第四百九十六条规定，采用格式条款订立合同的，提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务；第四百九十七条规定：有“提供格式条款一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方的负担、限制对方主要权利”等情形之一的，该格式条款无效。快递企业用格式合同向消费者收取“签收确认费”，即属于消费者的“自选动作”，也加重了消费者责任，对消费者不公平、不合理，具备了违法格式合同、无效格式合同的特征。

至于顺丰给出的“通行做法说”更经不起推敲，在法治社会，评判企业的行为是否规范合理，依据的是法律法规和契约、商业道德、公序良俗等，而非“存在即合理”逻辑，更非行业惯例。通行做法，如果一项经营行为涉嫌违法、侵权，即便不少企业都在做，也无法获得法律的认可，无法获得许可证证，只能说明相关企业都有问题，都需要改进。

快递“签收费”不是增值服务而是增值收费，这一问题引发的消费争议和消保组织关注监督警示快递企业：应该多琢磨在收费一定的前提下增加基本服务增量，提升服务品质，给消费者提供更好的服务体验，而不能老想着把基本服务拆分包装成额外服务，老想着利用基本服务搞“创新”、挖掘收费潜力。快递企业能否获得更多消费者认可，能否获得更强的竞争力，能否健康长远发展，与此关系重大。



自今年9月1日起，铁路12306网站进行的适老化及无障碍改造相关功能正式上线运行，为老年人及障碍人士线上购买火车票提供更多便利。

据新华社

户外广告整治 需纳入常态化管理

刘云海/文

9月1日至2日，市综合行政执法局城东中队对城东街道凤紫路的一些广告进行了拆除。这些广告出现破损，不仅影响市容环境，还存在安全隐患。执法人员称，为消除安全隐患，两天内，城东中队共拆除门头广告4个及大型屋顶广告3个，面积近80平方米。（详见本报9月6日3版）

户外广告牌虽然不是城市文明的直接窗口，但却代表着城市的文

明形象，关乎城市的“脸面”工程。户外广告招牌陈旧破损以及坍塌脱落等问题在各个城市都普遍存在着，对这样的广告牌，显然应当多些常态化检查，并及时整治乃至拆除，以免摊上大事，酿成大祸。市综合行政执法局城东中队此次对城东街道凤紫路一些广告开展的专项整治拆除活动，力度之大，范围之广，效率之高，无疑彰显出相关部门提升城市文明形象的主动作为意识。

现实生活中，户外广告牌因破损而造成安全事故的现象可谓时有发生，这一方面反映了广告牌设置

业主和广告公司的责任缺失，另一方面也折射出职责监管部门的管理失职。日前，笔者到外地某城市出差时，就看到当地一块80余平方米的楼顶广告牌被风吹落一半，剩下的一半悬在楼顶摇摇欲坠，所幸城管局执法人员处理及时，才没有发生市民受伤、车辆受损等安全事故，但事故现场令人心有余悸，无疑敲响了户外广告牌安全防范的警钟。

秋季多大风大雨天气，一些年久失修、破损严重的户外广告牌和

店牌难免存在螺丝松动、焊接不牢固等安全隐患。因此，要避免户外广告牌倒下伤人事故的发生，对户外广告的专项整治和安全检查就必须纳入常态化管理。广告牌所属业主要经常安排工人对接接口是否开焊、三脚架锈蚀情况、喷绘布破损情况等进行检查，对检查时发现问题要立即进行整改落实。管理部门也要加强日常监督巡查力度，对发现的问题和潜在的隐患要及时上报并做好备案登记，并督促业主或广告公司尽快整改落实，彻底消除所存在的安全隐患。

要给 旧衣回收箱 的设置立个规矩

郭元鹏/文

近年来，旧衣回收受到不少人的青睐，多地居民社区都设置了旧衣回收箱。这本是减少资源浪费、促进循环发展的好事，但在实施过程中，因为缺乏监督管理，导致出现一些问题。据知情人士透露，回收箱上的文字、图案都可以根据需求定制，回收到的旧衣服简单清洁后就可以卖掉，利润很高。（详见9月13日《人民日报》）

我们来看《人民日报》收到的两封读者来信的内容：浙江宁波市读者方女士写的，她在信中说“我家附近的旧衣回收箱脏得跟垃圾箱一样，经常有人拿钩子在里面翻找，衣服扔得满地都是。我也想处理旧衣服，就是不知道有哪些渠道；一封是贵州贵

阳市读者杨女士写的，她说：“更相信互联网回收平台，平台一般都有明确的去向说明。而回收箱一来不知道是谁设的，二来也不知道会去哪里。”

这两封读者来信，其实就是对旧衣回收箱里的衣服去哪儿了的质疑，这代表了大多数市民的质疑声。而《人民日报》的进一步调查则显示：部分商家在网络渠道公开售卖旧衣回收箱，而且不要求买家提供公开募捐资质证明。有客服人员还表示：打着慈善组织的旗号更容易收到衣服。想投放旧衣回收箱，与小区物业事先说好就行。这些都暴露出了旧衣回收箱设置的乱象，几乎到了谁想设置谁就设置的境地，只要和物业说好就可以了。

随着人们对于服饰的个性化、时尚化的追求，旧衣服越来越

越多，直接丢弃不仅污染环境，还导致了资源的浪费。因此，旧衣回收箱的出现是个好事情。比如，可以经过挑拣捐赠给有需要的人；比如，可以经过处理实现资源的再利用。但是，必须搞清楚一个问题：旧衣回收箱里的衣服都去哪儿了？

虽然，旧衣回收是好事情，但是也必须把好事办好。对于旧衣回收箱的设置需要清清楚楚、明明白白。属于慈善组织设置的，应该在旧衣回收箱上有明确的标志，让市民投放的时候，知道这些衣服是用于献爱心的。属于资源回收利用的，也应该有明确的标志，回收的企业是哪家，回收之后将如何处理，获得的利益是企业占有了，还是回馈社会了？

无论是哪一种处理方式，都不

能让旧衣服的去向成为一个谜，甚至是危害社会。这里有两个比较经典的案例：湖北黄冈市城管执法委去年9月立案查处多家企业违规放置旧衣回收箱的行为，集中清理平均重量达200斤的箱体150余个。浙江浦江检察院今年4月调查发现，多家企业未经审批擅自放置了300余只旧衣回收箱，其中部分旧衣物未经消毒便流入市场。

必须从源头上给旧衣回收箱的设置立个规矩。销售旧衣回收箱的企业要将销售情况进行登记，只能出售给公益组织和利用企业，不能销售给“中牟利”的个人；小区物业则需要把好关口，不能让不怀好意的组织和个人将回收箱随随便便就设置在小区里；市场管理部门则需要常态化执法，确保旧衣服不能简单处理后就进入市场销售。