



热线 86901890



让邻里和睦成为一道文明风景

程绍德/文

9月20日晚上，松门镇东南邻里中心格外热闹，松门慈善葵花艺术团倾情献上的“守望相助，邻里和睦”迎国庆纳凉晚会，吸引了数百名群众观看，大家围坐在一起，边欣赏精彩演出，边唠着家常，其乐融融。（详见本报9月23日2版）

邻里关系是城市社区建设的重要内容，也是城市精神文明与和谐社会的重要组成部分。然而

近些年来，随着社会的发展和人们生活节奏的加快，人与人、户与户之间的交流沟通却越来越少了。一座座坚固的钢筋混凝土建筑、一扇扇冰冷的金属防盗门，隔断了邻里之间的真情，让本该熟悉的邻里变得陌生起来。邻里关系的陌生，不仅阻碍信息、情感的沟通，让居民产生孤独感和不安全感，也容易因为一些鸡毛蒜皮的小事产生矛盾和纠纷。

社区居民之间交流愈来愈少，并非是现代人都喜欢独来独往，不愿意和邻居交往，而是因

为缺少一个相识、相知、交流的平台。松门举办此次“守望相助，邻里和睦”迎国庆纳凉晚会，就是为社区居民提供这样一个平台，这也是构建和谐邻里关系的有益尝试。对于社区居民来说，这种活动不仅是一种教育，也是一种提醒。只有让大家真正意识到别人是自己的邻居，自己也是别人的邻居，才能学会换位思考，并且从内心深处更守礼仪、更守规矩，使自己更接近“文明市民”的标准。

和谐邻里关系，展现着一座城市的精神风貌和市民素质。一

个好的社区不仅能给居民提供健康、宜人的环境，更能为人们营造融洽、安全、祥和、美好的生活氛围。只有每个社区都成了安定幸福的小家园，城市才会成为文明和谐的大家园。我们期待，随着“守望相助，邻里和睦”迎国庆纳凉晚会之类活动的深入开展，和谐社区文化必将“破茧成蝶”，焕发出勃勃生机，为和谐社会建设搭建新载体，注入了新活力。而日益改善的和睦邻里关系，也将成为城市里的一道文明风景，不断筑起温岭城市文明的新高度。

处理小区违停需要硬约束

郑建钢/文

物业将小区违停的车辆前轮上锁，车主不知情发动车辆，车锁卡进轮毂导致车辆受损。车主和物业公司就赔偿问题起纠纷，车主将物业公司告上法庭。

上述事件中因车主违停导致车辆受损，而且损失金额高达4万多元，如此大的损失造成以后，又因为赔偿问题协商不成，直至诉至法院，最终以被告与原告共同承担责任，劳民伤财，代价未免有点大。

在居住小区，因为停车位普遍紧张的缘故，车主违停现象司空见惯，由此而引发的纠纷并不少见。作为小区管理责任人，对违停车辆，物业管或者不管，都会招致激烈的批评。不管，业主会有意见，不少业主还会拿物业费说事；管了，又会因为执法权方面的局限，没有拿捏好应有的分寸，往往会管出事情来。上述诉讼案件中，物业因此而承担了40%的赔偿责任，就是一个很好的实例。

从深层次原因来说，因为对小区内违停车辆缺乏明确的处罚规定，直接导致违停事件经常发生：有的不分场合先停了再说，有的堵在了其他车辆的出入口，更有甚至鸠占鹊巢随意停在别人的车位上……而结果，违停车辆往往毫发无损，受违停影响的业主，却有苦说不出，遭受的损失只能自己扛。

就像违停车主，直接将车辆停在小区行人及非机动车道出入口，不仅未留下挪车的联系方式，时间还长达多个小时。违停车主在那么长的时间里，根本不

考虑自己车辆违停会给其他业主带来多大麻烦，更没有认真想一想自己的行为会妨碍小区的公共交通安全。

可是当车锁卡进轮毂导致车辆受损时，违停车主第一时间想到的，是要为自己维权，让物业赔钱。如此双重标准，你要是准备循规蹈矩与其讲道理，你就错了。

大凡喜欢违停者，其个人素质一般不会太高。与这样的人打交道，要有充分的心理准备，从道德教育入手等于是对牛弹琴，估计不会有太好的效果。人家要么死皮赖脸装无辜，找种种借口为自己开脱，什么“我就停一会儿工夫呀”，什么“你应该打电话告诉我啊”；要么蛮不讲理，一句“你去告好了”，噎得人哑口无言，气得半死。

违停，是再明显不过的违法行为，由于处理方法不够多，也不够硬气，导致违停成本过低，小区里才会一天到晚发生那么多的纠纷，甚至直接导致纠纷升级，损失加重。

与市区道路上违停相比，在小区发生的违停，就其性质而言是一样的，就违停所产生的后果来说也大同小异。那么，是否可以参照《道路交通安全法》的有关规定，对居住小区违停也作出相应的规定，一经发现小区违停车辆，物业或业主可以直接报警，由交警或行政执法部门依法进行处罚，该扣分的扣分，该罚款的罚款，让违停者付出应有的代价。如此一来，敢于明目张胆地在居住小区内随意违停者，必将大大减少，由此引发的纠纷以及直接、间接损失，也会相应降低。处理小区违停还是需要硬约束。

叫停“美容贷”广告 消解“套路贷”传播力

李英锋/文

近日，国家广播电视总局网站发布通知，要求各省、自治区、直辖市广播电视局、中央广播电视总台办公厅等单位停止播出“美容贷”及类似广告。通知称，近期发现，一些“美容贷”广告以低息甚至无息吸引青年，诱导超前消费、超高消费，涉嫌虚假宣传、欺骗和误导消费者，造成不良影响。为此，广电总局决定，即日起，各广播电视和网络视听机构、平台一律停止播出“美容贷”及类似广告。

“先美丽，后买单”“0利息0首付变美丽”……在这个推崇颜值、看脸时代，很多人难以抵御美容项目的诱惑，而一些“低门槛、低成本、低风险”面膜的“美容贷”广告散发着魅惑的气息，很容易打动爱美却一时囊中羞涩者的心，把他们吸引到“美容贷”的怀抱中。

然而，不少外表美丽的“美容贷”，实为内在丑陋的“套路贷”，实为侵犯消费者权益的“坑”。一些医美机构惯于用“1元钱的小气泡深层清洁”“脱毛体验价1元起”“9.9元的祛痘套餐”等“超低价”“白菜价”的优惠广告吸引消费者，等到消费者进入实质美容体验阶段，医美机构即诱导消费者做费用高昂的美容项目，并顺势推荐“美容贷”。为了打消消费者的贷款疑虑，提高“美容贷”的办理成功率，一些医美机构在营销宣传中表示或承诺“美容贷”低息甚至无息，或者只说月利率，使年利率模糊化，个别医美从业人员还直接用消费者的手机操作，办理“美容贷”，消费者稀里糊涂地就背上了数万元甚至数十万元的债务。

实际上，“美容贷”利率往往远超银行同期贷款利率，有的“美容贷”年利率甚至高达百分之二三十，妥妥的高利贷。同

时，“美容贷”还常常包含一些杂七杂八的手续费，进一步加重了消费者的负担。这些“美容贷”连环套路，欺骗、误导了消费者，侵犯了消费者的知情权、选择权、公平交易权和财产权。

颇令人担忧的是，医美机构善于用“美容贷”营销术忽悠无收入来源的学生群体，诱导学生超前消费、过度消费，既赚了学生及其家庭的羊毛，也带歪了学生的消费观、价值观。

“美容贷”往往与霸王条款孪生，医美机构、网贷平台往往在事前说一套，说得天花乱坠，在事后又做一套，一旦消费者提出退款、取消贷款或发生美容纠纷，医美机构、网贷平台就要变脸，推卸责任，让消费者碰壁。

显然，一些忽悠式广告为“美容贷”的套路敷上了伪装“面膜”，美了容，贴了金，为“美容贷”的信誉背书，增强了“美容贷”的传播力、影响力，加剧了“美容贷”欺骗误导消费者的侵权风险，对“套路贷”的营销扩散起到了推波助澜的作用。

叫停广播电视、网络视听机构、平台的“美容贷”广告，能够减少“美容贷”的营销传播渠道，撕掉“套路贷”的伪装面膜，清除“套路贷”的侵权诱饵，降低“套路贷”的传播力和侵权风险。

消费者苦“美容贷”的套路久矣，确实该拿出强力措施治理“美容贷”了。广电总局叫停“美容贷”广告释放出严格规范治理“美容贷”、保护消费者权益的清晰信号，也迈出了治理“美容贷”的关键一步。市场监管、金融监管、卫健、工信、网信办等部门也应积极跟进，依法推出配套治理措施，对有关“美容贷”的欺骗、误导宣传、霸王条款、不明确告知利率信息、砍头息、高利贷、隐性收费等问题进行全链条全系统治理，给消费者营造一个公平、透明、安全、放心的消费环境。

化解「良方」



10月10日是世界精神卫生日，今年我国的节日主题为“青春之心灵 青春之少年”。心理专家表示，虽然社会心理咨询服务体系不断成熟，但良好的家庭教育仍是化解青少年心理危机的“良方”。面对青少年的一些“小情绪”，家长如果能够早识别、早干预，就能防患于未然。

据新华社

婚宴扎堆，“黄金周”莫成“一锅粥”

郭元鹏/文

剑威是一位全职婚礼主持人。从业5年，他见证了一对又一对新人步入婚姻的殿堂。“国庆7天每天都有我的场，其中2日和3日两天还有午宴，都要忙晕了，国庆休息对我们来说真是痴心妄想啊！”

对于国庆婚庆扎堆的现象，一家婚庆公司的负责人有着深刻的体会，他说：“国庆假期别人闲了，我们忙了。今年国庆7天，2日、5日这两天是最忙的，每天都有5场，其余几天每天2场打底，整个黄金周我们一共接了32场。每年到国庆节的时候，都是大家扎堆结婚的日

子，也是婚礼人冲业绩的时候，有时因为忙着赶场，一天只吃一顿饭。”

众所周知，国庆长假历来都是婚宴高峰期，天气方面，不冷不热、温度适宜，加之国庆假期亲朋好友都放假，大家有足够的时间过来参加，秋天又是个收获的季节，寓意比较好。每年国庆黄金周，都是婚庆行业最忙碌的时候。而对于我们这些小百姓来说自然也有着深刻的体会，比如早在几天之前，美轮美奂的请帖就像雪花一样的开始飘落而来了。有的人收到了七八张喜帖，成为了甜蜜的负担。

大家集中在国庆黄金周举办婚礼，其寓意是美好的。一来这个日子有着特殊的意味，在这个特殊的日子举办婚礼，也体现

着家国情怀。二来，长假期间举办婚礼也能在时间上更加从容一些。但是，鉴于疫情防控的形势需要，我们还是需要多些警惕的心态。

一方面是，不能让“黄金周”成了“一锅粥”。也就是说，举办婚庆，举办婚宴，要按照疫情防控的标准来，按照有关部门的防控措施来。在人员数量上，在场地选择上，都需要首先保障疫情防控的安全，要尽量缩小范围，与其胡乱邀约“熟悉的陌生人”，不如多些“真情的家里人”。依靠缩小范围，确保婚庆的安全，确保婚宴的安全。否则就可能因为防范不力，而让“黄金周”乱为“一锅粥”。有关部门也需要提前介入，积极引导和应对。

另一方面是，不能让“黄金周”成了“黄金粥”。婚庆的主要目的在于欢天喜地，在于情感获得，而不是金钱的攀比。对于举办婚庆的人来说，需要懂得这个道理，不要攀比婚宴的档次，“节约举办婚礼”应该是前提。对于“随份子”来说，也应该是这样，要做到文明健康。国家目前已经设置了“婚俗改革试点区”，这是对健康文明婚庆的倡导，我们的礼尚往来应该更重视情谊，而不是攀比金钱，“随份子”需要重视情感的升华，而不是用金钱多少衡量情谊浓淡。

“婚庆”不能变“昏庆”。要“随瘦”不要“随意”，无论是疫情防控还是礼尚往来都需要理智些。

共享时代，不能少了“人才共享”

郝冬梅/文

2021中国浙江“星耀南湖·长三角精英峰会”日前在浙江嘉兴举行，会议主题为“才聚长三角·共促一体化·智胜新时代”，其间推出了“长三角人才一体化发展城市联盟e站”，发布了《长三角27城人才活力指数报告（2021）》。

这次的“精英峰会”对于“人才一体化”的考量有一大亮点，对人才活力指数进行了考量，包括人才储备量、人才流动性、人才贡献度、人才成长环境和人才发展可持续性5个维度，为提升长三角城市整体人才活力

水平、促进城市经济高质量发展提供参考。这里重点强调的其实就是“人才共享”，让人才为长三角的发展贡献力量。

如今，我们已经进入了一个共享时代，不少事物都在强调“共享”，“共享”其实就是为了“共利”，只有打破了各种层面的垄断和堵点，“共享”才能真正实现“共惠”“共益”“共利”“共富”。比如，最近社会上存在的“共享教师”“共享科技”“共享网络”“共享花园”“共享医疗”“共享专家”等，都是提倡“共享共惠”。这也就是我们平时说的“大家好才是真的好”。

事业要发展，经济要发展，科技要发展，产业要发展，城市要发展。如何发展？无疑，人才

是所有发展的一个基础，失去了人才的发展，终究成了不良性的发展，也不可能成为长久的发展。由于对人才的重视，各地都出台了“自己的政策”。“得人才者得天下”已经成为了共识。应该说，“得人才者得天下”成为共识是个好现象。但是，我们也需要关注的是，“得人才者得天下”步入极端。

比如，社会上出现的“抢人才大战”。这个城市抢走了那个城市的人才，这个企业抢走了那个企业的人才，这个产业抢走了那个产业的人才，这个老板抢走了那个老板的人才。把抢人才变成了“挖墙脚”，你挖我的墙角，我挖你的墙角，最终是“多输的局面”。

比如，有的地方签订“人才

协议”，无论是多好的创新，多好的科研，多好的发明，多好的创造，都禁止“向其他人提供”，只能造福本地，只能造福本企业，只能造福本产业，大家都“防着他人”。这种情况下，就导致了“壁垒”的存在，而让人才不能被充分利用，或者发挥不了更大的作用，制约了中国整体的发展。

我们需要深度推进“人才共享”，这就需要更大胸怀，不是只顾自己的小利益，而忽视了社会的大利益，让人才的作用促进整体的发展。因此，“共享人才”其实就是合作共赢。就像“长三角人才一体化”一样，这样的合作最终的结果就是美好的共同进步。