

五一临近,中消协提示—— 践行绿色消费 维护自身权利

央视网

五一假期临近,将迎来新一波消费潮。中国消费者协会提醒广大消费者在假期出行、购物时秉持安全第一的原则,践行绿色消费的理念,维护自身享有的权利。

增强意识 安全为先

春夏之交,风景宜人,不少消费者选择出门踏青、购物、聚餐等活动。出门在外,消费者应注重增强安全防护意识,排除各类风险隐患,确保平安归来。一要注意交通安全。自驾游提前检查车况,守法通行,不去未开放景点、无人区和存在安全隐患的目的地;给电动车充电时,要选择符合国家安全标准的充电桩,确保充电枪头与车辆充电口的干净、干燥,留意不要让雨水流入充电口并远离易燃易爆物,同时预先做好充电安排、避免陷入道路拥堵充电难的窘境。二要注意食品安全。在外选择营业执照和食品经营许可证齐全的餐饮服务单位,购买包装及标签信息完整的食品,按照说明保存和食用;不要食用“野味”和未加工处理的“生鲜”食品。三要注意财产安

全。出行在外要保管好随身财物,尽量不携带贵重物品,做到“轻装简行”;不轻易泄露个人信息,不轻信各种中奖、优惠活动,了解电信诈骗典型案例,避免落入不法分子的圈套。四要做好疾病防控。保持好个人卫生,在人群密集的公共场所要注意避免疾病交叉感染,特别是老人、小朋友要做好防范措施。

文明出行 绿色消费

良好的消费环境是全社会共同努力的结果,倡导消费者坚决抵制餐饮浪费、过度包装等不良行为,共筑绿色节约消费新风尚。五一聚餐时,要根据用餐人数合理点餐,自觉抵制“舌尖上的浪费”,主动践行“光盘行动”。购买茶叶、蛋糕、水果等商品时,主动选择包装简约、质量过硬的商品,抵制奢华浪费的包装商品,摒弃华而不实的“面子工程”。建议消费者在正确评估自身消费能力的基础之上,审慎选择、理性消费,避免冲动消费。同时,发现经营企业存在诱导消费者超量点餐或者商品过度包装,尤其是茶叶过度包装的行为,要勇于指出、批评纠正,经营单位拒不改正的,可以

向市场监管部门、消协组织或有关媒体举报曝光。

明辨陷阱 及时维权

消费者在面对各种商品时,要擦亮双眼,谨防陷阱。一是当心虚假宣传。要认真辨别商品真伪和质量好坏,不偏信商家宣传,在购买商品前要核实商品价格,货比三家,尽可能全面地了解商品信息,选择正规平台购买。二是仔细审查合同。如果跟团旅行和进行预付式消费,一定要对服务的价格、质量、规格、标准等合同条款严格审查,明确违约责任,签订书面合同。三是保留消费凭证。向消费者出具发票等购物凭证或者服务单据是经营者的法定义务,消费者在购买商品或者服务后,要注意索要并留存消费凭证,同时还可以对商品宣传广告、聊天记录、支付记录进行截图保留,在遇到消费纠纷时,及时维护自身权益。

中消协敦促经营者诚信守法、合规经营,切实保障消费者合法权益,营造绿色健康的消费环境,重视消费者的诉求,为消费者五一假期增添幸福感、安全感,让消费者敢消费、愿消费,提振消费信心。

用AI伪造舒马赫专访 德国杂志总编被“炒”

新华社

德国丰克媒体集团日前解雇旗下《时事》杂志的总编辑。该杂志近期利用人工智能(AI)伪造了对德国著名车手迈克尔·舒马赫的专访。

据路透社报道,丰克媒体集团常务董事比安卡·波尔曼22日发表致歉声明说:“这一既没品位、又具误导性的文章本应永不出现。它绝对不符合我们及读者对丰克这样的出版商所期待的新闻标准。”

波尔曼表示,2009年起任《时事》杂志总编辑的安妮·赫夫曼“即日起被解除职务”。

《时事》杂志专报德国名流花边新闻,上周末最新一期杂志在封面刊登54岁舒马赫面带微笑的照片,并配以《迈克尔·舒马赫,首个专访!》的头条标题,但字体较小的副标题则注明:“听上去能以假乱真。”在杂志内页,这家媒体承认所谓的舒马赫“引语”全部用人工智能生成。

据德新社报道,所谓“专访”误导性地暗示舒马赫披露有关他身体康复状况的细节。这一用人工智能伪造人物专访的做法引发德国舆论哗然,同时触发人工智能风险的讨论。

舒马赫2013年12月在一次滑雪事故中脑部受重伤,几近丧命。他此后再未出现在公众场合。2012年退役前,舒马赫曾获得7次一级方程式赛车年度总冠军。

舒马赫家人对其健康现状严格保密,20日曾向美联社记者表示有意起诉《时事》杂志。

美国“啤酒中的香槟” 惹怒法国行业组织

新华社

为了保护“香槟酒”的纯正性,比利时海关日前销毁2000多罐美国品牌啤酒,原因是该品牌多年来在广告语中自称“啤酒中的香槟”,引发香槟行业组织抗议。

比利时海关总署21日通报,应法国香槟酒行业委员会要求,今年2月初在安特卫普港口拦截了准备运往德国的2352罐美国“米勒高端生活”牌啤酒,并于本月17日销毁。

“米勒高端生活”是美国畅销多年的老字号啤酒品牌,由1850年创办于美国密尔沃基市的米勒酿酒公司于1903年作为旗舰产品推出,现归美国莫尔森-库尔斯饮料公司旗下。据品牌官网介绍,该品牌诞生3年后就开始使用“瓶装啤酒中的香槟”这一广告语,1969年起简化为“啤酒中的香槟”。

尽管这一广告语在美国深入人心,却与欧洲联盟保护“特定原产地产品”的相关规范相悖。香槟酒行业委员会认为,只有采用法国香槟区所产霞多丽、黑皮诺、莫尼耶皮诺等特定葡萄品种、使用传统方法酿造的瓶装起泡酒才能称为香槟。

比利时海关总署说,每年都要对过境商品做成千上万次“特定原产地”检查,一旦发现“假冒产品”,将与相关方商议是否以及如何销毁。此次销毁费用由香槟酒行业委员会承担。

让破损的古籍重获“新生”



4月21日,王斌在进行古籍修复。

辽宁省图书馆是首批12家“国家级古籍修复中心”之一,现有馆藏古籍61万册(件)。王斌是该馆古籍修复中心修复组组长。

如今,学习古籍修复的人多了,王斌的古籍修复工作也不局限在图书馆里。她会不定期前往鲁迅美术学院,为这里的文物保护与修复专业学生授课。王斌希望,通过展示古籍修复的技艺,让更多热爱读书的人们珍惜手中的书籍。 新华社 潘昱龙



以书会友 好玩有趣

阅读成为年轻人新社交方式

新华社

近日,在甘肃省兰州市城关区的一个周末创意市集里,张俊浩的“摇滚”书摊前驻足的顾客不少,有的颇为“识货”,精准挑出他费劲淘来,原本只想用来展示的孤本,他只能忍痛割爱,对方临走还留下联系方式,约好再见。

四天时间里,张俊浩只卖掉十多本书,基本没赚到钱,但他乐在其中,认为“以书会友,好玩有趣”。

平日,张俊浩是兰州一家Livehouse的主理人。他的店里,有一整面墙的书。“大家来这儿听听音乐翻翻书,是件很自然的事。”他说。

近日,兰州纸中城邦书店,数十位读者围坐在一起,进行一场读书分享活动。他们有的读的是网络小说,有的读的是经典名著。大家的读后感五花八门,既有书籍写作背景的介绍,也有心得体会。

36岁的毕富荣是这次活动的组织者。今年以来,她已经组织了8场读书分享活动,90后、00后的读者们参与热情度高,阅读成了他们的新社交方式。

“一本书自己读只收获单一认知,但20个人读,并将各自的理解分享出来,那将是一次立体饱满的精神之旅。”毕富荣认为,在获取知识的同时结交朋友,这不只是阅读理念,更是生活方式。

创意市集、读书分享会……与阅读相关的场所和媒介在不断变化。第二十次全国国民阅读调查结果显示,2022年中国成年国民的综合阅读率为81.8%,较上年有所提升。阅读由习惯变为风尚,与阅读相关的场景更趋多样化。

90后书店爱好者郁浚安,用了超过十年时间,探访了500余家书店,与58名同样爱阅读、爱逛书店的志愿者共同开发了一款名为“书店地图”的小程序,2022年底正式上线。截至目前,小程序汇总了全国

130座城市800家书店的具体地址、书籍品类等信息。

通过实地探访,郁浚安和志愿者们在小程序上为每家书店写下了展现个性、充满人情味的推荐语。“我们想要通过这款小程序,吸引更多人去发现与探访身边的好书店,为书店带去新的读者,也让更多人爱上读书。”郁浚安说。

开在兰州大学附近、已经对外营业20多年的凤栖梧书店也被收录在了“书店地图”小程序里。店主马寅桦是爱书、懂书之人,他一直坚持高品质、因地制宜的图书选品。

虽然有很多保持联络十几年的老读者,但是马寅桦店中的书籍从不缺乏年轻受众。他坚信,年轻一代永远是阅读的主力人群,也呼吁更多青年朋友与书籍交朋友。“阅读使人理性,对于年轻人来说,现在就是阅读的最好时代。”马寅桦说。