

理清包装袋收费的“绿色逻辑”

余颖

经常在盒马购物的消费者最近发现,原本免费送的包装袋,突然要收1元钱,让人不爽。

2021年,永辉、山姆线上收取包装费已上过热搜。盒马明知会惹得消费者不快,还要硬着头皮收费,实在有“苦衷”。“限塑令”规定,商家不得免费提供塑料购物袋。此前多个生鲜平台免费配送无纺布袋,绕开了“限塑令”。

但固体废物污染环境防治法又规定,国家依法禁止、限制生产、销售和使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品。无纺布袋虽然不属于塑料制品,但严格来讲仍属于不可降解的一次性制品。近两年来,已有多个商家因此被市场监管部门罚款数万元。

这是平台纷纷换用可降解包装的直接原因。相比每只成本约0.2元的无纺布袋,同规格的可降解环保袋要贵得多,每只1.5元左右,企业无力全部自行承担,不得不向消费者收费。

1元钱包装袋引发的争议,看似是企业与消费者之间的矛盾,实则是在考量企业如何平衡合规要求与经营成本。这不是哪一家企业的战斗,而是全社会的系统

工程。

绿色发展是关系我国发展全局的重要理念,必须毫不动摇地坚持。以中国制造的硬实力,可降解包装价格居高不下,主要原因是用量不够无法摊薄成本。用量上不去,很大程度上又是因为“限塑令”和固体废物污染环境防治法落实得不够彻底,大量商家还在生产、使用不环保包材。

解铃还须系铃人。打破这个负向循环,需要在更大范围内严格落实相关法规,倒逼更多卖家使用可降解包装,采购量、出货量大了,成本才能逐步降低。以平台的订单量,能更有效带动环保包装的使用量,拉低成本。当可降解包装的价格降到同无纺布袋差不多的时候,也许部分企业就能重新负担免费为消费者提供包装袋的成本了。

1元钱包装袋难倒企业的现象,还反映出消费在向线上转移的过程中,近17岁的“限塑令”出现了不适应。

“限塑令”于2007年底出台。当时,人们的主要购物场所在线下,消费者可以自带环保袋。10多年过去了,“限塑令”发挥了积极正面作用,让很多消费者养成了自带购物袋逛超市的习惯。

然而,随着2013年美国外卖上线、2015年盒马成立,即时配送凭借足不出户、等货上门的便利性,迅速成为消费者

离不开的日常服务。在即时零售、外卖等消费场景中,商品必须有购物袋、打包盒等外包装。此时,禁止商家免费提供塑料包装,反而让商家理直气壮地收取包装费,懒得研究如何减少包装使用量,这实际上达不到“限塑令”的初衷。某些场合,“一刀切”禁止免费提供塑料包装,反而影响了节约环保理念的落实。

“限塑令”的初衷不是让消费者付费使用塑料包装,而是要督促企业生产耐用、易于回收的塑料购物袋,引导、鼓励群众合理使用塑料购物袋。老政策与当下消费场景出现脱节,有必要根据实际情况调整。例如,是否可以调整为禁止即时配送企业免费提供不可降解的袋子,以及鼓励餐饮企业免费提供可降解打包盒,达到政策引导、市场调节、消费者满意、环保包装使用量提升、即时配送行业绿色化的效果。同时,监管部门可把更多力量用在源头治理上,依法查处违规外包装,并继续提倡垃圾分类回收,做好资源循环利用。处罚和收费都不是目的,减少不必要的塑料制品使用、提高环保包装普及率,才是大家共同的心愿。当然,如果以后成本降下来了,能帮消费者省掉1元钱包装费就更好了。

从高校恋爱课看情感教育

高维

当高校开设恋爱课的新闻不时冲上热搜,总有人生出同样的疑惑:谈恋爱也是可以教的吗?

不得不说,恋爱这件事,的确很“私人”。有人“爱你就像爱生命”,有人“低到尘埃,开出花朵”;有人想要“轰轰烈烈把握青春年华”,有人崇尚“平平淡淡才是真”……于是乎,有人认为爱是一种本能,荷尔蒙一相逢,便有故事无数,犯不上专门去开课。

但开设恋爱课的初衷,并非授人以“术”。毕竟,恋爱没有“万能模式”,对高校而言,这样做既无必要也不切实际。最近,天津大学把“爱与幸福”作为一门学问引入校园,引发舆论热议,其心理健康教育中心一名专职教师就明确表示,这不是一门“脱单课”,也不会教太多所谓的“恋爱技巧”。换言之,它更像是“传道解惑”。

可以想象,这样的课程会很有趣,但其核心议题始终是严肃的。爱情,是古老而经典的母题,既综合了心理学、社会学等专业知识,也涉及诸多“缄默知识”,日常经验告诉我们,爱与被爱的能力并非与生俱来:“相爱没有那么容易,每个人都有自己的脾气”,它是沟通课;“仿佛永远分离,却又终身相依”,它是关系课;“有什么熬不过,大不了唱首歌”,它还是挫折课。

正如《亲密关系》一书中所言:“寻找真挚永恒的亲密关系,其实就是寻找自我。”能不能接纳真实的自己,包容对方的不完美?在不确定的关系中,如何建立确定性?这些问题虽然没有标准答案,但底层逻辑总有某种共通性,以一门课的名义,激发学生们认真思考和探讨,这本身就构成了意义——很难指望一堂课就能立竿见影,但一旦从中看见真实的自己,一些微小的改变就可能发生。

说到底,“懂爱、敢爱、会爱”,是一个人通往幸福的“软通货”。对不少大学生来说,情感教育也是“刚需”。《中国青年报》曾做过一项样本超过千人的调查,显示88.23%的大学生支持大学开设恋爱课。2022年8月,教育部在答复全国人大代表提出的“关于在高等学校开设家庭家教家风必修课的建议”时也表示,积极引导高校加强家庭家教家风教育课程建设,鼓励高校加强恋爱心理教育。

一个值得一提的现象是,面对爱情,部分年轻人似乎很“分裂”。他们喜欢到处“磕CP”、向往“神仙爱情”,但在现实当中又奉行“我单身我快乐”,沉浸在自己的“小世界”里。这种有意的疏离,有时会遭到一些不太公允的批评。事实上,他们同样在“排着队,拿着爱的号码牌”,只是有人在自我保护,有人选择宁缺毋滥。由此不难理解,讲授恋爱课的复旦大学教授梁永安的金句何以“圈粉”无数:“有单身信念的人,更有可能遇到灵魂伴侣。”

好的教育,是一颗心点燃另一颗心。这些恋爱课之所以一座难求,甚至“窗户外上都挂满了人”,其中难免存在猎奇因素,但更大程度是源于理解和尊重:没有高高在上的说教,而是侧耳倾听学生们的心声,既努力读懂年轻一代,也引导他们更好地认识自己。

有对比,就会发现差距。反观现实,一些“情感大V”“PUA话术宝典”混迹市场,将男女关系物化、庸俗化,搞成套路满满的心理操纵术。高校适当开设这类课程,也是一种必要的去伪存真。由此可见,只要有利于学生身心成长,高校多一些大胆探索也无妨。



加强法律服务

司法部、中国残疾人联合会日前印发关于进一步加强残疾人法律服务工作的意见,明确到2025年,要形成覆盖城乡、方便快捷、优质高效的残疾人法律服务网络,残疾人法律服务的精准性、有效性显著增强,服务质量明显提高,残疾人平等享有基本公共法律服务的权利得到更好实现。

新华社 王琪 作

规范零工市场的脚步应再快些

戴先任

据新华社报道,我国灵活就业人员已达2亿人,为支持多渠道灵活就业,人社部发布关于加强零工市场规范化建设的通知,要求各地将零工市场纳入就业公共服务体系建设工作,对所有灵活就业人员免费提供基本就业公共服务。

我国灵活就业人员已达2亿人,体现了“零工经济”的活力和拓宽就业渠道的能力。有研究显示,“零工经济”正有力促进新就业形态的发展,并成为促进国民经济高质量发展的新增长点。2019年,我国“零工经济”对GDP总增量的贡献度为10.43%,预计到2035年,这一比重将增至13.26%。

从现实看,零工市场不够规范,从业

者面临不少难题。比如,因年龄偏大者较多,一些人文化程度较低,维权意识、法律意识比较淡薄。另外,一些零工市场收费不尽合理,“黑中介”、虚假招聘乱象不少。

灵活就业人员的求职痛点、权益保护堵点不能被忽视。将零工市场纳入就业公共服务体系建设,需要提升监管效能,完善相关法律法规及就业公共服务。此番人社部发布关于加强零工市场规范化建设的通知可谓目的明确,如零工市场将被纳入就业公共服务体系建设,要扩大城乡服务覆盖范围,提高零工市场服务均等化和可及性等。根据通知,各地零工市场要重点提供灵活就业岗位供求信息撮合、职业指导、就业技能培训和创业培训信息推介、培训需求信息收集、权益维护指引

等服务。

零工市场规范化建设,要加强对零工市场从业者合法权益的保障,这也是“零工经济”蓬勃发展的必然要求。对此,需要进一步完善相关法律法规、规章制度,需要工会等有关方面加大对相关平台、企业的指导帮助,也需要劳动监察部门加大对违法违规行为的惩治力度等。零工市场从业者也要增强维权意识、法律意识,保护好自身的合法权益。

规范建设零工市场,是为人数庞大的灵活就业人员提供更有保障,让他们不再是一个个“权益孤岛”。补齐零工市场发展短板,护航零工市场健康发展、长远发展,实现劳动者、企业、市场及社会的共赢,公共服务的脚步要再快些、措施再多些、覆盖面再广些。