

东湖评论

既要见思想 更要见行动

□ 湖北日报评论员 余姝满

阅读提要

是“热议的两会”，也是“行动的两会”。新的使命，在实干中担纲；新的未来，在奋斗中绘就。

全国两会落下帷幕，相关工作拉开序幕。俗话说，功夫在诗外，全国两会的功夫也在“会”外。两会期间，与会代表委员担当职责使命，不负人民重托，为推进中国式现代化建设积极建言献策，在两会的“代表通道”“委员通道”“部长通道”上，科技创新、粮食安全、生态环保、养老保障等不少公众关心的话题，得到了直接回应。

今年的全国两会增加了“部长通道”的场次和出席人数，越来越多的“面对面”，把每个具体领域的工作情况、实际举措，以更高的清晰度，更广泛地传播出去，公众知晓度高、关注度，借由互联网的传播，两会议题和两会精神的讨论空间不断拉大，“因地制宜发展新质生产力”“取消公务员35岁门槛”“建议提高个税起征点”“切实保障和改善民生”“新的生态环境问题不容忽视”……从城市到乡村，

从工厂到田间，在各大媒体和社交平台上，公众讨论都十分火热，“群众热议两会精神”，饱含着深刻的期待、辩证的思想。

是“热议的两会”，也是“行动的两会”。全国两会闭幕后，各地正在深入学习贯彻习近平总书记重要讲话和全国两会精神，履职尽责、推动发展，将领会到的精神化作各地真抓实干的实际行动。

无论是推进中国式现代化这一大命题，还是发展新质生产力这一新要求，以及饱含“绿色含金量”的高质量发展所面临的时代课题，在实际中都对应着大大小小、方方面面的具体情况。新旧问题交织出现，要解决这些难点、痛点，不可能一蹴而就，也没有“一键生成”的应对模板。从“谋划进一步全面深化改革重大举措”，到落细一张张“民生清单”，兑现一条条“幸福账单”，这些来自全国两会的

深刻要求，有深意、有考量，需要各地各部门仔细琢磨、认真钻研。认真学习习近平总书记重要讲话精神，牢记高质量发展是新时代的硬道理，把握好发展新质生产力的精髓要义，结合具体实际，积极应对发展中的问题、转型中的卡点、开拓中的挑战，在有力的行动中，推动各项工作走深走实，在真抓实干、开拓创新中，扎实推动全国两会精神落地见效。

新的使命，在实干中担纲；新的未来，在奋斗中绘就。中国式现代化是全体中国人民的事业，在前进道路上，要坚持人民主体地位，充分尊重人民所表达的意愿、所创造的经验、所拥有的权利、所发挥的作用，切实把思想和行动统一起来，牢牢把握高质量发展这个首要任务，更好激发全体人民的积极性主动性创造性，以实干实绩贯彻落实两会精神，把两会愿景变为现实图景。

视点

尊重记者的正当采访权

□ 刘效仁

3月13日，河北廊坊三河市燕郊镇发生一起爆炸事故，造成7人死亡，27人受伤。事故发生后，一段央视记者在事故现场被推搡的视频，再度引发热议。中国记协官微以《正当采访是记者的权利》为题，连发三问：记者应该进行采访吗？记者是添乱吗？一纸通稿真能代替现场报道吗？

3月14日，河北廊坊三河市对燕郊镇爆炸事故通报的同时，对“央视记者燕郊采访遇阻”作出回应：深感自责，表示歉意。

对于一起令人震惊、痛惜的公共安全事件，公众对事故发生的起因后果有监督权和知情权。媒体记者在第一时间报道事实真相，发布现场救援信息，既是新闻媒体的职责，也是对现场群众安危的牵挂，也是最大程度回应民众关切，制止谣言传播。作为事发地的政府机构及工作人员，有必要也有责任为记者的工作提供便利，让记者能够更客观、真实地记录现场情况，消除舆论恐慌。

《新闻记者证管理办法》明确规定：“任何组织或者个人不得干扰、阻挠新闻机构及其新闻记者合法的采访活动。”然而，在有些地方，一旦发生了灾难性的事故，“防记者”竟成了惯例。近年来，“记者采访遇阻”时常见诸报端。除了推搡阻挠，有的还肆意破坏采访器材、损毁影像资料，甚至将记者强行带离、非法扣留。

在人人都是自媒体的网络时代，怕舆情、“捂盖子”，往往会产生更大的“负面舆情”。任何肆意干扰、隐瞒的行为，都会得不偿失，“聪明反被聪明误”。让媒体能够及时、公开、透明地披露相关信息，更有助于纾解各界疑问，消除网络谣言。如果是为了记者们的人身安全而暂时劝离事故现场，正当工作流程和以人为本关怀更需要理智传导，而不是采用推搡强制等简单粗暴的态度来中断记者的工作。

安全大于天，责任重于山。加强安全生产领域监督执纪问责，媒体监督是不可或缺的一环。尊重记者的正当采访权，把新闻报道和监督当成查明真相、改进工作的推动力，才是政府机构应尽的职责和义务。每一起惨痛的安全事故，每一起血的教训，都应警钟长鸣，安全生产一刻不能松懈，让媒体在事故现场第一时间传递最权威信息，正是为了发现问题、解决问题，以“时时放心不下”的责任感，防止危害再次发生。

来论

为“无理由退货”划清权利边界

□ 戴先任

3月14日，北京互联网法院发布涉“七日无理由退货”纠纷案件审理情况。法院指出，涉此类消费纠纷案量总体呈上升趋势，越来越多的商品在适用规则上存在争议，包括“不宜”退货商品的范围认定、退货商品“完好”的标准判定等难点。(3月14日澎湃新闻)

依据消费者权益保护法，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。这就是广大消费者熟知的“7天无理由退货”规则。“七天无理由退货”规则本是为了给消费者提供更好的消费体验和更好保护消费者权益，保障的是消费者的后悔权与清醒权，也能让消费者像在线下购物一样，对商品进行比较，倒逼商家诚信经营。

“七日无理由退货”规则保障了网络消费者的退货权利，但在司法实践中也出现了一些新的问题。如有的消费者穿上

网购的衣物去旅游，然后在退货期限内将明显使用过的商品退给商家；有的经营者随意扩大不适用七日无理由退货适用范围，让“七日无理由退货”规则得不到严格落实；有的经营者以电子产品拆解、家具进行过组装、鞋盒破损等情况影响商品价值为由，拒绝消费者的退货申请。针对“七日无理由退货”规则适用出现的新问题，既要避免无良经营者借规则漏洞侵犯消费者权益，也要防范在退货退款上薅商家“羊毛”甚至进行诈骗的“羊毛党”。

“七日无理由退货”规则，需要进一步细化标准，堵住管理漏洞、规则漏洞。司法机关和平台要积极发挥化解纠纷、定分止争的作用，平衡好两者之间的利益，让经营者、消费者在运用“七日无理由退货”规则时能够知法守规，让“七日无理由退货”规则得到善用而不是滥用或乱用，更好保护消费者与商家双方的合法权益，营造良好的电商环境。

时事绘



背调莫越界

就业市场上，背景调查愈发普遍，婚恋成为调查重点。不少求职者吐槽，一些招聘单位的背景调查内容千奇百怪，存在程序不合规、随意或过度收集个人信息等情况，涉嫌侵犯劳动者合法权益。(3月14日《法治日报》)

用人单位对求职者进行背景调查，了解其过往经验、职业能力和道德操守等，有助

于提升人岗适配度。但是，背景调查并非毫无边界，哪些可以问，哪些不能查，应该围绕具体场景、岗位要求，在最小、必要的原则下开展，收集的信息应当与对应的岗位直接相关。如果涉及敏感个人信息处理，还应当取得求职者的同意，尊重并维护求职者的正当权益。(文/周磊)

以人民为中心 增强金融消费者获得感

——广发银行武汉分行深入开展金融消费者权益保护教育宣传活动

做好金融消费者权益保护工作，是践行金融工作政治性、人民性的集中体现，也是维护金融秩序、确保金融持续稳健运行的重要基础。

时值“3·15”消费者权益保护日来临之际，广发银行武汉分行积极开展多层次、多渠道、多样式的金融知识教育宣传活动，在全社会营造“学金融、懂金融、信金融、用金融”的良好氛围，切实提升消费者金融素养及风险防范意识。

坚持人民至上 切实维护消费者合法权益

以人民为中心、践行金融为民，是金融教育和消费者权益保护工作必须始终坚持的原则。

作为金融央企成员单位，广发银行武汉分行严格落实监管机构“两全三头”消保工作要求，专门成立了宣教领导小组，明确工作任务、细化工作措施、压实工作责任，且全员参与，各司其职。通过制度建设将消保文化全面融入消保工作全流程，强化对内宣导、对外宣传和落实执行，提升全行员工对消保文化的认同感、荣誉感、使命感，形成“内化于心、外化于行”的自觉意识、道德自觉和行动自觉，在线上 and 线下渠道业务办理前、中、后各环节，落地落实金融教育宣传主体责任，

确保消费者合法权益得到全面保护。

聚焦重点人群，分层次开展金融知识宣传教育。针对农村地区、边远地区等重点区域，该行积极普及账户安全、信息安全、保险保障、投资理财等基础金融常识。聚焦“一老一少一新”等重点群体，不断提升金融服务，帮助老年人、新市民等群体解决数字鸿沟问题。针对年轻人过度借贷诱导的风险开展常态化金融素养提升教育宣传，弥补金融消费者的金融知识短板。

创新宣传方式 让金融知识精准触达

全面提高公众金融知识水平和金融风险防范意识，重在全面普及，贵在精准触达。

广发银行武汉分行充分发挥主动性，运用各类平台和渠道资源，分层次、多形式、广渠道开展宣传教育活动，并充分利用数字化等手段开展金融消费者宣传教育，让金融知识覆盖更多社会公众。

充分发挥网点宣教阵地作用。该行在各网点设立宣教集中宣教区，LED电子屏滚动播放宣传标语、电子屏幕滚动播放反诈动画等多种形式的宣传氛围；建立金融知识普及区及教育专区，设立服务台、宣传园地，张贴宣传海

报，发放宣传资料，安排专人提供现场咨询讲解。

充分发挥数字技术的赋能作用。该行积极发挥数字化手段和线上传播覆盖面广的优势，通过门户网站、手机银行、抖音、微博等渠道，以群众喜闻乐见的长图、短视频等形式，将专业的金融知识转化为易于理解、简单实用的道理，让消费者听得懂、记得住、用得上，切实提升宣传活动的有效性和针对性。

充分发挥“五进”的现场沟通作用。该行广泛开展金融知识进社区、进校园、进企业、进商圈、进乡村等活动，针对重点群体，设计有针对性的宣传活动方案，持续畅通消保教育宣传“最后一公里”。

健全长效机制 筑牢金融消保“防火墙”

聚焦广大群众对金融知识的迫切需求与薄弱领域，广发银行武汉分行将金融知识教育宣传分为集中性宣传和常态化教育宣传两大类。

集中性宣传每年至少三次，每次活动主题活动不同。如3月的“3·15”金融消费者权益保护日，侧重从信息披露、案例分析等多角度入手，形象生动地开展风险提示工作，进一步提

升风险责任意识。6月的普及金融知识万里行活动，更多聚焦“一老一少一新”等重点人群和部分偏远地区，设计有针对性的金融知识普及方案，帮助重点人群掌握相应金融知识和技能。9月的金融消费者权益保护宣传月活动，侧重于提升公众金融素养，促进国民金融健康。

常态化宣传每年不少于5次，覆盖群体更具针对性。如针对“一老一少一新”重点群体，开展“金融知识我来讲”主题活动，通过以案说险的形式，聚焦金融常识，提升消费者个人金融信息保护意识；针对中小微企业、农村居民等群体，开展“普惠金融进万家，服务城乡你我他”主题活动，开展普惠信贷政策、普惠金融政策宣教等；针对学生群体，开展“远离套路贷，青春不负债”主题活动，走进校园，普及金融安全、防范校园贷等金融知识，引导学生理性消费、合理借贷。

金融消保宣教工作任重道远，唯有持之以恒并不断向纵深发展，方能显出成效。广发银行武汉分行将继续践行“以人民为中心”发展理念，严格落实监管机构工作要求，以保障金融消费者的合法权益为核心，为共同营造和谐健康的金融消费环境、助推金融业高质量发展贡献力量。

风险提示

防范个人信息泄露风险，应当做到“三要”“三不要”：一是要妥善保管个人身份证件及银行卡等账户凭证，不要轻易对外泄露交易信息及身份验证信息；二是要选择正规金融机构及线上金融交易渠道，不要轻信推销电话、中介代理机构等虚假信息；三是要及时销毁载有个人信息的业务单据，不要随意点击来历不明的链接或扫描来历不明的二维码。

湖北省2024年1-2月环境空气质量重要数据通报

2024年1-2月，全省17个重点城市PM_{2.5}累计浓度均值为58μg/m³，较去年同期下降20.5%。17个重点城市平均空气质量优良天数比率为74.5%，较去年同期增加11.1个百分点。17个重点城市PM₁₀累计浓度均值为78μg/m³，较去年同期下降26.4%。

湖北省生态环境厅
2024年3月15日

2024年1-2月PM_{2.5}平均浓度情况表 (由高到低)

排名	城市	2月浓度(μg/m ³)	排名	城市	1-2月浓度(μg/m ³)	同比增幅(%)
1	荆州市	66	1	襄阳市	75	-20.2
2	襄阳市	65	1	荆州市	75	-25.0
3	孝感市	64	3	孝感市	73	-14.1
4	荆门市	60	4	荆门市	70	-19.5
5	随州市	58	5	随州市	65	-18.8
6	武汉市	55	6	武汉市	64	-7.2
7	黄石市	54	7	宜昌市	63	-29.2
7	鄂州市	54	7	鄂州市	63	-8.7
7	黄冈市	54	9	黄石市	61	-9.0
10	宜昌市	50	9	黄冈市	61	-10.3
10	咸宁市	50	11	咸宁市	57	1.8
12	潜江市	47	12	天门市	50	-35.9
13	仙桃市	45	13	仙桃市	49	-38.8
14	天门市	44	13	潜江市	49	-36.4
15	十堰市	41	15	恩施州	46	-16.4
16	恩施州	39	16	十堰市	44	-17.0
17	神农架林区	24	17	神农架林区	25	-16.7
全省		51	全省		58	-20.5

2024年1-2月环境空气质量优良天数比率情况表 (由低到高)

排名	城市	2月优良天数比率(%)	排名	城市	1-2月优良天数比率(%)	同比增加(百分点)
1	荆州市	62.1	1	荆州市	53.3	10.9
2	襄阳市	65.5	2	襄阳市	60.0	14.2
3	孝感市	69.0	2	孝感市	60.0	7.5
4	武汉市	72.4	4	武汉市	61.7	-6.1
5	黄石市	75.9	5	荆门市	66.7	20.9
5	荆门市	75.9	5	随州市	66.7	10.8
5	鄂州市	75.9	7	鄂州市	68.3	0.5
8	随州市	79.3	8	宜昌市	70.0	20.8
9	黄冈市	86.2	9	黄石市	71.7	3.9
9	咸宁市	86.2	10	黄冈市	76.7	8.9
9	仙桃市	86.2	11	咸宁市	78.3	-3.1
12	宜昌市	89.7	12	宜昌市	81.7	27.5
12	天门市	89.7	13	仙桃市	83.3	22.3
12	潜江市	89.7	14	潜江市	88.3	23.9
15	十堰市	93.1	15	十堰市	90.0	12.0
16	恩施州	96.6	16	恩施州	91.7	13.7
16	神农架林区	96.6	17	神农架林区	98.3	0
全省		81.8	全省		74.5	11.1

2024年1-2月空气质量综合指数排名前20位县域名单

2月排名	县(市、区)	1-2月排名	县(市、区)
1	咸丰县	1	利川市
2	利川市	1	咸丰县
3	鹤峰县	3	神农架林区
4	神农架林区	4	鹤峰县
5	巴东县	5	巴东县
6	兴山县	5	竹山县
7	来凤县	7	宣恩县
8	宣恩县	8	来凤县
9	竹山县	9	兴山县
10	罗田县	10	罗田县
11	赤壁市	11	武当山旅游经济特区
12	五峰土族自治县	12	五峰土族自治县
13	秭归县	13	竹溪县
14	竹溪县	14	英山县
15	远安县	15	洪湖市
16	建始县	15	汉阳区
17	英山县	17	建始县
18	武当山旅游经济特区	18	赤壁市
19	黄梅县	19	秭归县
20	洪湖市	20	郧阳区

2024年1-2月空气质量综合指数排名后20位县域名单

2月排名	县(市、区)	1-2月排名	县(市、区)
倒1	襄阳高新技术产业开发区	倒1	襄阳高新技术产业开发区
倒2	樊城区	倒2	樊城区
倒3	襄城区	倒3	襄城区
倒4	广水市	倒4	襄城区
倒5	西塞山区	倒5	掇刀区
倒6	孝南区	倒6	武昌区
倒7	襄州区	倒6	孝南区
倒8	掇刀区	倒8	西塞山区
倒9	沙市区	倒9	东湖新技术开发区
倒10	荆州区	倒10	沙市区
倒11	青山区	倒11	荆州区
倒11	安陆市	倒12	荆州市经济开发区
倒11	大悟县	倒13	汉阳区
倒11	荆州市经济开发区	倒14	大冶市
倒15	东宝区	倒15	青山区
倒16	汉阳区	倒16	东宝区
倒16	漳河新区	倒17	宜昌市高新区
倒18	武昌区	倒18	安陆市
倒18	宜城市	倒19	鄂城区
倒18	随县	倒19	广水市