

非常关注

反餐饮浪费要做到“常”紧盯“新”

推出个性化汤面，顾客可根据个人喜好“定制”浇头和面汤的分量；运用APP收集顾客对菜品的反馈，优化调整菜品菜量；高校食堂推出“按需定制”就餐模式，提供“小份菜、半份饭”，满足学生的个性化需求……近年来，不少餐饮服务单位创新方式、优化供给，用实际行动对餐饮浪费说“不”。

前不久发布的《2023中国餐饮业年度报告》显示，2022年我国餐饮行业减少“舌尖上的浪费”取得显著成效。从举措看，餐饮企业聚焦生产与服务两大环节，持续实施反浪费举措，在“强化食材采购、储存、使用管理，减少浪费和积压”“有效利用食材边角料，提高出成率”“堂食菜单中提供部分小份菜、小份主食选项”“餐厅醒目位置开展制止餐饮浪费宣传”

等方面表现突出。从数据看，参与调研企业的餐厨垃圾量平均减少11.2%，垃圾处理费平均减少6.7%，打包餐盒使用量平均增加11.7%。相关成果来之不易，折射出餐饮行业反餐饮浪费的决心和态度。

取之有制、用之有节则裕，取之无制、用之不节则乏。珍惜粮食、厉行节约，不仅是中华民族的传统美德，也是餐饮行业高质量发展的必然要求。习近平总书记一直高度重视粮食安全，提倡“厉行节约、反对浪费”的社会风尚。新时代以来，从反食品浪费法颁布施行、各地相关政策文件纷纷出台，到制止餐饮浪费国家标准体系基本建立，再到“光盘行动”、制止餐饮浪费专项行动等持续推进，餐饮浪费现象逐步改观，群众反映强烈的公款餐饮浪费行为得到有效

遏制。也应看到，一些地方餐饮浪费现象仍然存在。常抓不懈，持续推进制止餐饮浪费工作，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，反对奢侈浪费和过度消费，才能助力夯实粮食安全根基，确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。

做到“常”，建立反餐饮浪费长效机制。一方面，应加强全周期管理。比如，浙江省温州市创建“全链条”制止餐饮浪费示范企业：采购时以餐食订单预测为依据，避免食材供应过量；制作环节加强后厨培训管理，对余料食材进行再开发；在服务环节设立餐厅点菜引导员，引导顾客适量点餐。另一方面，应注重全方位落实。比如，针对餐饮外卖、婚宴、自助餐、单位食堂等场景特点，明确行业标准与规范，压实主体责任，加强执

法检查。落细落实各方面举措，织密制度之网，就能营造反对浪费、崇尚节约的良好社会氛围。

紧盯“新”，与时俱进查缺补漏。随着时代发展，餐饮业态、消费场景等也在变化，一些餐饮浪费新现象相伴而生。比如，有的外卖平台提供大额满减等活动，容易诱导消费者为了凑单多选多买；有的主播为了博眼球，在短视频平台上暴饮暴食。面对新情况新问题，必须从实际出发，下足绣花功夫，提高监管的精细度。主动作为，及时创新方式方法，方能有效遏制新出现的各类餐饮浪费现象。

制止餐饮浪费需要久久为功，离不开全社会共同努力。让我们携手行动，从点滴做起，从现在做起，不弃微末、日积月累，践行绿色健康的生活方式，涵养简约文明的饮食文化。 崔妍

新闻快评

北京自11月7日提前启动供暖后，12345热线关于供暖的举报投诉量与去年相比略有增长，但涨幅不大。面对市民诉求，相关部门接诉即办，积极查漏补缺，确保北京市整体供热系统平稳运行。

从“定时供暖”到“弹性供暖”，表面看是决策跟着天气变化走，实际上是在民意期待走。供暖季提前启动，对相关工作提出更高要求，方方面面的诉求也必然次第呈现。一根根供暖管道，连着千家万户，又连着多方主体，可能家家户户供暖设施新旧程度不一，某些小区产权关系还错综复杂，一旦出现跑冒滴漏等情况，协调起来往往要很费一番周章。可以说，平稳顺利度过供暖季大考，挑战才刚刚开始。

民生无小事，细微见真情。为解决供暖过程可能出现的大小问题，相关部门严阵以待。比如，北京市供热应急抢险队伍配齐物资并24小时值守；东城区将上一采暖季诉求用户作为重点，以“回头看”防止“旧病复发”；顺义农村地区开通煤改清洁能源24小时服务热线，安排专人解决各类故障问题；房山区通过智慧供热检测设备，提供精准数据支撑……千头万绪的工作背

后，是整个城市供暖机制的有效联动。守土有责，守土尽责，各个环节不掉链子、无缝衔接，就能更好地为广大市民守护一份温暖。

城市治理这项宏大课题，最终落点是千家万户的具体生活。精细化治理往深里走、往细里走，需要持续打捞的民意诉求很多，亟须动态调整的政策举措也不少。每一次回应民生冷暖，既是对治理能力的考验也是淬炼。在应对供暖季挑战中，用好“首接负责制”，让群众少跑腿；通过挂账督办、逐项销账等方式，倒逼接诉部门切实负起责任……充分寓治理于服务，便能在改进服务中优化治理。

“暖”，是一种温度的体现，也是一种为民的姿态。一处处细节优化，一项项“加分”累积，提升的是治理的精细度，也是广大市民的幸福感和获得感。

孙延安

以精细服务让『暖』意更浓

图说天下



法律解读

近日，消费者“双十一”购买的商品陆续发货，但部分配送员在快递包裹抵达时，以各种理由拒绝配送上门或直接交付到代收点。律师表示，此举不仅违反了相关法律法规规定，还应承担造成快递丢失、毁损的责任。 王鹏/作

有话直说

防老年人“网瘾”需开好三张“药方”

做着饭还要看手机直播、凌晨不睡觉刷短视频、控制不住网购化身“剁手党”、在直播间看节目应援打赏……随着智能手机的普及，不少网友反映，不知不觉间，发现父母成了“网瘾老年”。

有网友吐槽，现在角色反过来了，以前父母总叮嘱自己“少玩手机，不要沉迷”，如今换作自己敦促父母“放下手机，早点睡觉”。还有网友为了父母健康将手机设成青少年模式，不料却引发家庭矛盾。

全民深度触网时代，“网瘾”不再是年轻人的专属形容词。数据显示，近年来，60岁及以上网民占比快速上升，截至2022年12月，老年网民规模达1.53亿，不少老年人日均上网时长超过4小时乃至6小时。

随着互联网适老化改造不断推进，不少老年人前脚刚越过“数字鸿沟”，后脚便陷入“数字沉迷”。

比如，不久前，被称为“中老年饭圈顶流”的网红主播“秀才”塌房，人们惊讶地发现，他的粉丝里中老年人占比高达80%。他们把“秀才”看成“云陪伴”的亲人或朋友，在评论区倒苦水、发家常、疯狂表白，不仅将其视为精神寄托，还把情感投射转化为金钱打投。

老年人何以“网瘾”？“孤独”也许是重要原因。“空巢老人”日益增多，与子女缺乏交流，对飞快变化地外部世界的不适应，让老年人往往有着更加强烈的、不被需要的孤独感。人在网络，其实是在对抗孤独。

但“网瘾老年”的背后，并非全是孤

独，也有老年人对新兴事物的好奇和探索。

他们曾是网络世界的“边缘人”，互联网给了他们看世界的机会。社交沟通、学习新技术、知晓新闻时事……通过手机网络，他们获得一种全新的生活体验。一位退休多年的老人说，“在网上通过各类小视频，我学会了收纳、修理、种花，生活别提多充实了！”

所以，对于“网瘾老年”问题，也需要一分为二来看。解决问题的关键并不在于简单粗暴的戒断，而应关注到其背后真正的需求。

让亲情成为最好的“解药”。于年轻人而言，既要尊重父母辈在网络空间里的探索，更要主动去倾听他们的心声，多一些陪伴和关心。

让优质网络内容成为一剂“良药”。网络内容虽多，但质量参差不齐，假新闻、毒鸡汤、养生伪科学等粗制滥造内容大行其道，侵蚀着老年人的精神健康。平台应当从关爱老人角度出发，提供适老的、健康优质的内容，提高其精神生活质量。

老吾老以及人之老。让老年人健康触网，仍需社会、家庭、个体等多方面共同努力。真正关注、理解他们的需求，才能帮助他们走出成瘾的那张“网”。

这，也是我们为老人提供的网上“保健药”。 王志艳

■本版内容据新华网



时事评论

消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民美好生活需要的直接体现。数据显示，前三季度社会消费品零售总额34.2万亿元，同比增长6.8%，恢复态势更趋明显，最终消费支出对经济增长的贡献率达83.2%，比上半年提高6个百分点。其中，三季度贡献率达94.8%，拉动GDP增长4.6个百分点，为经济回升向好发挥了重要支撑作用。

消费数据的亮眼成绩，与人们眼里的“烟火日常”互为表里，相互印证。热门景点人头攒动、网红餐厅排队等号、影院剧场观众爆满、特色街区熙熙攘攘、文旅融合沉浸体验……消费恢复乃至升级的背后，是消费信心的恢复以及对更美好生活的向往。

消费信心提振，一方面是因为宏观经济持续向好，实体产业不断加速复苏。在此背景下，人们才敢消费、愿消费。另一方面，政策措施出台及时有力带来预期企稳向好。比如，7月31日，国家发展改革委发布《关于恢复和扩大消费的措施》，围绕6个方面提出20条具体政策举措，力求长短兼顾、务实有效。9月份，各级商务主管部门积极组织开展“金秋购物节”等一系列促消费活动，加快推动促进汽车、家居消费等政策措施落地落细，优化消费供给，改善消费条件，创新消费场景，增强消费对经济发展的基础性作用。

此外，各地各部门也在提振消费上下大功夫，出台相关政策。一些地方结合自身特色，挖掘并盘活旅游资源打造特色商业街区，同时研究适应现代人心理特点的创新消费场景，开发培育新业态新模式引领消费新潮流，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

同时也要看到，尽管当前消费市场恢复和扩大保持良好势头，但其基础尚不牢固，潜力尚未充分释放，对标消费升级的市场大逻辑，优质产品和服务的供给也仍需提升。因此，各地有关部门还要进一步落实好税费优惠等各项纾困措施，促进各类经营主体发展向好。可以说，稳住了各类经营主体，也就稳住了就业，稳住了人们的“钱袋子”。收入有保障和良好的预期，人们才敢消费、愿消费。值得一提的是，良好的消费环境也是提振消费信心、促进社会消费的重要一环。全链条加强消费者权益保护，全流程优化消费体验，以“绣花”功夫打造更便捷、更舒心的消费环境，方能不断固根本、利长远。

消费旺，经济强。消费，是观察经济运行状况的一个窗口。产品质量还有提升空间，新兴消费还需发展壮大，消费环境还能继续改善，消费能力还要持续增强……千方百计化解这些问题，让百姓吃得放心、穿得称心、用得舒心，亿万中国人的消费潜力就能汇小溪成大河，为拉动经济增长提供强劲动力。

提振消费要下『绣花』功夫