

公安部提示 避免清明节道路 交通安全风险

新华社北京4月1日电(记者任沁沁)清明节临近,公安部分析研判清明节假期交通安全形势,1日发出交通安全提示,预警五大风险。

结合近年来清明节假期交通事故规律特点,公安部研判,今年清明节假期,陵园墓区及沿线交通安全风险加大,节前陵园墓区将陆续迎来祭扫车流人流,清明节当天陵园墓区以及通往陵园墓区的沿线干道将迎来祭扫出行最高峰,由于陵园墓区多位于城郊、山区,交通事故多发。

旅游车辆及景区道路交通安全风险突出。清明时节,群众踏青赏花、外出聚会活动集中,出游刚需较大。旅游客运、公路客运、租赁包车等需求增加,景点及周边道路车流量明显增多,交通事故风险较高。

农村地区交通安全风险突出。清明前后,农村地区进入春耕春种农忙时期,生产作业运输、务工人员集体出行增多,面包车违法超员、农用车违法载人、酒驾醉驾、无证驾驶肇事易多发,风险隐患突出。

高速公路交通事故风险上升。预计今年清明假期高速公路交通流量将保持上升态势,各类车辆混合通行程度升高。京津冀、长三角、珠三角和川渝等城市群、区域中心城市和主要旅游城市进出城交通流量将比平日激增,客货车相撞事故风险加大。

阴雨天气带来不利影响。据中央气象台预报,未来10天,江南、华南中北部多降雨,降水强度增强,雨天较多,不利出行安全,易发生车辆追尾相撞、侧滑侧翻事故。

公安部提示,假期自驾出行,应提前关注当地天气、路况信息,合理规划出行时间和路线。驾车时应全程全员系好安全带,杜绝酒后驾驶、超速行驶、强超强会、分心驾驶等违法行为。高速公路行车,要保持安全车距和车速,遇雨雾天气要降低车速,减少变道超车。驾车行经农村地区,遇急弯陡坡、临水临崖等路段时,不要强超强会,注意路侧车辆和行人。驾驶面包车请勿超员载客,驾驶货车、拖拉机、三轮车不得违法载人。假期乘车出行,要选择具有正规资质的旅行社和旅游包车,坚决抵制乘坐超员客车、“黑车”。

陕西今年首个迎峰度夏工程投运

助力渭北工业园区跨越式发展

本报讯(记者薛生贵)4月1日,记者从国网陕西省电力有限公司获悉,3月30日,西安高工三(昭慧)330千伏变电站2号、3号主变压器5次冲击完成,标志着国网陕西电力今年首个迎峰度夏工程顺利投运。

高工三330千伏变电站位于西安市高陵区渭北工业园区核心区,是一座现代化无人值守智能变电站,也是西安地区第20座330千伏变电站。该变电站于2022年11月正式进场开工,第一阶段2024年3月30日投运,第二、三阶段2024年5月18日投运,1、2线。

渭北工业园区内汇集了全国大量汽车生产制造及新材料制造重点企业,近年来园区用电负荷增长迅猛,2023年工业产值达到1400亿元,占西安市的14%,而同期该区域区域发电330千伏变电站主变负载率高达82%。

高工三330千伏变电站建成后,可将该区域负荷率降至52%,大大缓解其供电压力,助力渭北工业园区跨越式发展。

合力化解加装电梯难题

因此,老旧小区加装电梯要持续稳步推进。楼上楼下、左邻右舍因利益不同,支持和反对各有诉求,统一意见是第一步。可依据《民法典》相关规定,完善加装电梯相关法规和实施办法,为居民提供法律保障。

面对不菲的安装费用,一些居民可能会有负担。要探索政府补贴、社区基金、居民共摊、企业先期垫资等多种组合筹措方式。各楼层居民可参考成功案例确定出资比例,对于受影响低的楼层住户,也要协商适当补偿,保障其合法权益。

加装电梯可提高老旧小区居住人群的获得感和幸福感。在政府部门牵头下,社区、业主、物业、企业多方应共谋共商,达到利益最大化,争取干一件成一件,让加装电梯不再“上下为难”。



中国水电三局:2024年重点项目劳动技能竞赛启动

本报讯(通讯员 杨颖)3月31日,中国水利水电第三工程局有限公司“建功十四五 筑梦新征程”2024年重点项目劳动和技能竞赛启动仪式在镇安抽水蓄能电站上水库建设现场举办。

此次竞赛围绕工程创优、质量优化、安全生产、技能提升、技术创新、班组建设六个方面开展,充分发挥职工群众主力军作用,致力打造高素质劳动大军,助推公司高质量发展。

陕煤运销铜川分公司:开展清明祭英烈主题活动

本报讯(通讯员 李松梅 张娟娟)近日,陕煤运销集团铜川分公司党总支举行“清明祭英烈 共铸中华魂”主题活动。此次活动在铜川王益区军台岭战斗纪念馆前举行,来自铜川分公司的党员干部、团员青年、积极分子等30余人参加。大家表示,要立足本职工作岗位,攻坚克难,创新担当,为推动公司发展贡献自己的一份力量。



4月2日是第17个世界自闭症日。3月28日,中建一局西北分公司府君庙和等驾坡村民安置项目开展2024年火灾事故应急救援演练活动,提高员工应急处置能力。
通讯员 王觉彬 摄



3月28日,中建一局西北分公司府君庙和等驾坡村民安置项目开展2024年火灾事故应急救援演练活动,提高员工应急处置能力。
通讯员 王觉彬 摄

“春日经济”激活消费市场潜力

多地文旅市场迎来春日热潮,赏花打卡、骑行露营成为游客时兴选择,茶园品茶、菜园尝鲜也让舌尖上的春天热度非凡。春日“颜值”正在加速转化为产业“价值”,推动消费市场提质扩容,也为多个行业发展赋能。业内专家表示,未来可通过政策引导,将“季节性经济”变为“全年性经济”,助推全年消费市场释放更强活力。

“赏花游”流量变“留量”

百花齐放,春景正盛,全国各地迎来赏花游热潮。多家旅游平台最新报告显示,国内踏青赏花游已进入预订高峰期。同程旅行日前发布《2024踏青季旅游出行趋势报告》,3月赏花游的热度同比上涨超过3倍,成为春季旅游市场的亮点。

赏花游热度飙升,也带动赏花目的地的酒店预订火热。“3月的周末预订已全部满房,清明假期的预订量也超过八成,东湖风景区、昙华林黄鹤楼等门店预订量最高。我们预计由樱花季带来的住宿热会一直持续到4月底5月初。”美团民宿“超赞房东”武汉住家集团负责人下亚光表示。

赏花游正盛,各地纷纷借此热潮“上新”文旅融合产品,推出“赏花+市集”“赏花+非遗”等新解锁新场景,助推春日旅游进一步提质增效,让“花期”不断延续。如北京发布“九大花事”,串联特色古迹赏花点推出多条主题游线路;广西柳州专门在紫荆花花期开通“醉美紫荆花专线”,让市民游客免费乘坐赏花巴士。

美团研究院副院长厉基巍表示,借助“赏花”激活更多业态增长,可让流量变“留量”,延长赏花经济



郁金香满长安

4月1日,西安市兴庆宫公园内,21万余株郁金香迎来绽放,引来游人驻足观赏。

记者了解到,花展以“香郁长安,花满兴庆”为主题,园区还精心设计了各种互动玩法,为春日赏花之旅增添更多趣味。

本报记者 鲜康 摄



网络购物中,消费者与经营者容易因退货发生纠纷—— 七日无理由退货,哪些情况不适用

韩某在网店购买了50余件盲盒“福袋”商品,花费2万余元。随后,在完成线上“拆袋”,未收到货的情况下,韩某申请了“七日无理由退货”。商家表示,韩某购买的盲盒“福袋”类商品,店铺在商品详情介绍、消费者下单购买过程中,均设置了明显的提示——“完成拆‘福袋’后,不支持七日无理由退货”。根据活动规则,韩某已签收线上“拆袋”,不适用“七日无理由退货”的规定。遭到商家拒绝后,韩某起诉到北京互联网法院。

根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,但消费者定制的商品、鲜活易腐的,在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品,交付的报纸、期刊等商品除外。其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货。

“商家在商品销售页面已经对‘不适用七日无理由退货’进行明确提示,且消费者在购买前已表示明确知晓。”北京互联网法院综合审判二庭庭长张连勇介绍,考虑到涉案商品的特殊性质,盲盒商品已线上“拆封”。在内容被知晓的情况下,其商品价值已实现,此时要求盲盒经营者接受无理由退货,必然会严重影响盲盒销售的常规状态,法院判决驳回了韩某的全部诉讼请求。

自2018年建院以来,截至2023年12月31日,北京互联网法院共受理涉网络消费领域案件23792件,其中涉“七日无理由退货”消费纠纷案件679件,案件数量总体呈上升趋势。“通过梳理案件发现,对于‘七日无理由退货’的规则适用范围引发的争议增加。”北京互联网法院副院长赵瑞罡介绍,对于盲盒等新类型商品,是否可以界定为根据商品性质“不宜”退货的商品,成为争议焦点。同时,部分经营者对普通服饰、鞋类商品等非“不宜”退货商品,通过在销售页面标注“不支持七日无理由退货”,随意扩大不适用“七日无理由退货”适用范围。

根据最高法院相关司法解释规定,消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好,电子商务经营者以商品已拆封为由主张不适用无理由退货制度的,人民法院不予支持。实践中,经营者和消费者对退货商品是否“完好”这一问题容易出现争议。部分经营者以电子产品拆封、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“七日无理由退货”申请,致使消费者权益受损。

吕某在某公司经营的店铺购买一件羽绒服,在收到羽绒服同日向该公司提出退货申请,该公司以吕某退回的涉案羽绒服水洗标和扣子磨损、商品并非完好为由,拒绝了吕某“七日无理由退货”申请。

“对退货商品是否完好这一待证事实,经营者和消费者容易陷入举证僵局,如何处理?”该案审理法官介绍,结合日常生活经验判断,吕某从收货到退货发出时间间隔仅17小时,涉案羽绒服被吕某长时间穿着或经过多次水洗而造成磨损的可能性较低,某公司提供的现有证据不足以证明涉案羽绒服存在的磨损问题是吕某造成,不应据此认定吕某退回的商品并非完好,法院判决支持原告退货的诉讼请求。

因网络购物特点,消费者购物前无法切实了解商品特性,易出现冲动消费。部分消费者冲动购入商品后,即申请无理由退货甚至拒收,增加了经营者的成本;部分消费者未能做到诚信消费,在对商品不满意时,未根据实际情况选择恰当的退货退款模式,存在试用后未保持商品完好而申请退货等滥用“七日无理由退货”规则的现象,甚至抱有短期使用后退货退款、恶意申请“仅退款”的“薅羊毛”心态,侵害了经营者利益,背离了“七日无理由退货”规则的初衷。

“规范‘七日无理由退货’规则适用标准,维护诚信公平的市场秩序,切实保护经营者和消费者合法权益,是审理相关案件中坚持的基本裁判导向。”赵瑞罡提示,消费者购物前应尽到审慎注意义务,充分了解“七日无理由退货”政策、平台关于“七日无理由退货”规则的适用条件,依法理性维权,同时,要诚信文明消费,不可滥用“七日无理由退货”规则。(魏哲哲)