

■ 点击 ⇨ ⇨ ⇨

# “原地过年”的人多了，申城菜篮子怎么保供应

□ 吴卫群

今年“原地过年”的人比往年要多，今年春节上海市场的“菜篮子”供应情况如何？据悉，上海正在动员各大批发市场、菜市场、商超和新零售企业，加大与各地蔬菜、猪肉主产区的产销对接和货源组织力度，引导经营者、员工灵活安排休假，有序错峰返乡，确保节日期间主副食品供应“不断档”“不断人”。相关企业纷纷表态，春节期间不休市，并提前做好货源组织和备货准备。

猪肉方面，本市主要批发市场已加强同国内河北、山东、黑龙江、

江苏等16个省份127家屠宰厂产销对接，提前三天时间发布采购信息，每日加强市场供销监测和进场货源预报。目前，西郊国际、江杨批发市场每天供应猪肉约6000头，上衣批每天供应猪肉约2000头，本市主要批发市场均已做好猪肉应急调运准备。

蔬菜方面，针对节日供求两端变化，西郊国际、上衣批加强与127个市外蔬菜基地对接，提早发布产销信息，准备随时调运蔬菜供应上海市场。蔬菜集团积极对接20个15万亩市郊蔬菜基地，组织市民喜爱的芹菜、草头时令蔬菜品种。目前，蔬菜集团每天供应蔬菜7000

吨，品种180个；上衣批每天供应蔬菜700吨，品种120多个。

水产方面，东方国际、江杨水产、江阳等主要水产批发市场，计划春节期间每天供应鲜活水产、冰鲜水产、冻品水产共1000吨以上，品种总计140个以上。

零售渠道方面，截至目前，上海15个区已建立482个平价猪肉专柜和502个平价蔬菜专柜，满足市民对平价肉菜的消费需求。

本市主要超市卖场、生鲜电商等重点零售企业也纷纷发挥渠道资源优势，加大节日备货。联华超市在日常供应基础上再增加20%以上备货量，并加强与24个省份142个直

采基地、9个批发市场对接，安排充足运力保证商品及时配送到门店，并动员90%人员留沪；华联吉买盛组织蔬菜、肉类、水果、粮油等货源，较平时增加20%以上，可以满足30天消费需求；农工商超市已动员100%人员留沪，预计粮油同比增加5%、蔬菜同比上升10%、肉类同比增加5%。

清美鲜食近400家社区门店春节期间蔬菜、猪肉备货量较平时将增加30%，已动员80%人员节日留沪；叮咚买菜总体备货量较平时增加30%以上，还将加强与600家直采基地供应商、自建工厂、分拨中心、物流配送、前置仓的衔接，已动员80%人员留沪。

沪人均公共文化设施建筑面积达0.2平方米

中心城区10分钟、郊区15分钟公共文化服务圈不断完善，常住人口人均公共文化设施建筑面积达到0.2平方米；90%以上社区文化活动中心委托各类社会主体参与运营；35家单位开展文化和旅游公共服务机构功能融合试点；“建筑可阅读”扩展至16个区，开放数量增至1039处……2020年，上海着力完善公共文化服务体系，努力推动公共文化服务高质量发展，圆满完成“十三五”规划目标任务。今年，上海将开展“公共文化服务数字赋能专项行动”，整合公共文化服务数据，对接“一网通办”平台和上海文化大数据体系，提升精准服务能力。加强公共文化数字内容建设，推出文化上海云5.0版，打造“文化云5G直播间”，开展智慧场馆建设试点。

上海城市法规全书上线 可查询上海现行有效全部法律法规

近日，“上海城市法规全书”应用系统正式上线。在“上海市人民政府”网站的“政务公开专题”里找到这个板块，就能查询上海全部现行有效的地方性法规、政府规章和相关的配套行政规范性文件。目前，该系统已收录相关内容880篇。据悉，该系统将地方性法规、政府规章进行统一汇编、分类整理，并即时进行动态更新，是全国首创。之所以开发这个应用系统，是因为以往的法规和政府规章是分开发布的，而且是按照部门或时间来划分的，市民查找起来很不方便。“上海城市法规全书”打通了地方性法规和政府规章这两个地方立法库，并即时更新维护。

长三角铁路 实行新列车运行图

1月20日零时起，全国铁路实施新列车运行图。长三角铁路充分利用连镇高铁、盐通高铁、京港高铁合安段等多条新线资源，首次开行环线列车，时速250公里的CR300BF型复兴号动车组开行范围也将进一步扩大；客货列车开行总数分别达1222对、1277对，运输能力进一步提升。

上海热门景点数字化服务评价报告发布

市消保委会同浦东新区消保委日前发布的《上海热门文化旅游景点数字化服务评价报告(2020)》显示，2020年景点数字化服务平均分为88.16分，相比2019年的80.81分大幅提高7.35分。《报告》显示，在线服务能力成为景点数字化提升最快的方面。目前，上海热门文化旅游景点已普遍具备线上购票、预约、退票和在线咨询能力。

复旦大学最新研究：我国肝癌发病率如不干预仍将上升

日前，国际权威流行病学期刊《国际流行病学学刊》(International Journal of Epidemiology)在线发表了复旦大学人类表型组研究院青年研究员陈兴栋团队的最新研究成果“1990-2030年全球原发性肝癌发病趋势的模型研究”。研究模型预测，如不加干预，我国肝癌的发病率和发病人数至2030年仍将维持逐步上升的趋势。研究称，截至2030年，全球国内肝癌发病率依然呈现持续上升趋势，达到每10万人中14.08人。其中，与脂肪性肝炎相关的肝癌呈现出最快的上升趋势。

■ 关注 ⇨ ⇨ ⇨

## 成都一小区保安 中千万大奖

近日，成都一小区保安中千万大奖的消息在朋友圈流传。保安所属的某花园小区物业公司确认此事。据其同事介绍，他是某花园四期小区的一名保安，老家是和四川临近的一个省，30-40岁。在得知中奖当天，他在工作群里发了一句“小伙伴们，拜拜”就走了，“连自己的电瓶车和半个月工资都没有要。”据其同事介绍，目前电话已联系不上他，“我们打电话都不接了。”据聚贤街765号中国体育彩票店负责人张女士介绍，中奖者中的是1月18日21018期的排列五110注大奖，共1100万元。这也是他们开店以来中得最大的一个奖。

■ 热议 ⇨ ⇨ ⇨

“其实，打工人需要的并不只是物质的关怀，更重要的是精神的慰藉。对于就地过年的打工人，地方政府及企业除了给他们相应的物质补助外，更应该解决好他们与亲人相聚的精神需求。在互联网信息技术如此发达的今天，让留守老人与留守儿童可以远程与在外打拼的游子视频连线，消解他们之间的物理距离，解决相思之苦；再例如，免费

给相隔异地的亲人拍一组照片或一段视频，让双方互诉衷肠，这样也能有效缓解心中的失落，增进亲人之间的情感。”刘春萌对人性关怀评论：让“就地过年”隔地不隔心

“家庭教育绝非个人私事，既是国民教育体系的重要组成部分，也是社会和学校教育的基础、补充和延伸。防止家教中的家暴行为，就

当提升家长的法治观念，做到家教有方、惩戒有度，‘家法’服从国法。有网友调侃说，‘父母教育孩子时，家里最好备一沙袋，以做击打解气之用。’这虽是笑谈，却也道出了家教不能变家暴的真谛。”郑桂灵评论反家暴：这是家庭教育立法的应有之义

“除此之外，截住确诊病例隐私

信息传播的链条，也需要公众提高对个人隐私保护的敏感，对于此类信息不转发不传播，更不能趁机造谣生事，将热衷传播他人隐私的窥私癖跟病态仇视情绪‘嫁接’，进而唯恐‘天下不乱’。本质上，对于他人隐私自觉进行保护，也是在保护我们自己的信息安全。”和生呼吁别再让确诊者隐私信息满天飞了

◆ 抓拍



随着寒假以及春节假期的临近，乡村民宿渐受追捧，民宿的配套服务也随之改善和提高，将沪郊乡村民宿推向成熟。例如，金山山阳田园度假区，春节期间各种房间已经订满。与往年相比，3000亩的区域内，环境有了很大改变，配套的设施和花样不断丰富：种植采摘，小型市集，亲子活动等多元融合的各种项目受到大小朋友们的喜爱。图为前来游玩的一对父子正在亲子活动区游戏。

见习记者 杜洋域 摄影报道

# “无理由退房”到底谁说了算？

■ 事件众议 ⇨ ⇨ ⇨

【事件回放】“无理由退房”是近几年一些房地产商推出的销售策略，“无理由退房”成为众多房企继推出线上售房部、直播卖房、各类楼盘优惠促销活动后，又一刺激市场消费的重要举措。然而不少消费者在退房时却遭遇“有条件退房”“无限期退款”，甚至“拒绝退房”。“无理由退房”承诺为何变成纠纷导火索？

【微博热帖】

@张涛：“无理由退房”口惠实不至，不仅有损契约精神，侵害了消费者合法权益，也不利于房地产市场长期健康发展。鉴于此，房企要增强诚信意识，真正靠质量和服

【综合观点】

网购“七天无理由退货”，让广大消费者吃了“定心丸”，解除了后顾之忧。鉴于这种消费体验，当房企推出“无理由退房”时，一些消费者便在一定程度上放松心理防线，爽快下单。岂料，所谓“无理由退房”并非想象中的想退

务赢得消费者。房产销售并非“一锤子买卖”，靠“无理由退房”忽悠无异于“饮鸩止渴”，占得一时便宜，却砸了自家招牌。同时，消费者要提高维权意识，注意和开发商签订相关协议，关键问题一定要形成书面文字或留存录音证据。

就退，房企会以逾期申请退房、逾期付款、已办理网签或银行贷款等理由百般推脱，消费者拿回房款变得遥遥无期。此类纠纷并不少见，在中国裁判文书网搜索“无理由退房”，结果显示有1388份相关案件裁判文书，涉及全国多地。

“无理由退房”为何“定心丸”成了“闹心药”，缘于背后的“三

无”尴尬。其一，一些房企缺乏营销诚意。在楼市遇冷的背景下，“无理由退房”本是一项刺激消费的销售利器，但一些房企压根就缺乏诚意，只是将其当做吸引消费者的噱头。于是，在退房承诺背后想方设法给消费者埋雷挖坑，比如大玩文字游戏，退房款可以，定金不退，或合同关键内容故意“留白”，遇到纠纷时再按照有利于自己的标准“填空”。

其二，消费者缺乏维权意识。现实生活中，一些消费者往往被房企“无理由退房”的承诺冲昏了头脑，在没有充分考虑房屋价格、质量、地段、经济实力等因素的情况下，就抱着“反正能退”的心理草率购房。同时，疏于对相关证据的搜集整理。有的购房者只是轻信了企业的广告宣传和销售人员的口头介绍，没有与开发商签订《无理由退房协议书》，导致日后退房被拒。有的虽然签了协议，但比较笼统，对退款时限、延期利息等关键问题语焉不

详，容易造成对方推诿扯皮。

其三，有关部门缺乏规范监管。“无理由退房”在国内并非新生事物，上世纪90年代就已出现，近年来每每楼市不景气，就会成为房企加码营销的“杀手锏”。而就全国来看，各地规范程度不一，缺乏统一标准和通用细则，“无理由退房”究竟该怎么退，很多时候都是开发商自己说了算。

专家表示，一方面，应尽快建立起与“无理由退房”全流程相适应的监管规范；另一方面，开发商应将诚实守信作为企业生命线，提高产品质量和服务。只有这样，才能让购房者明明白白消费、安安心心交易。对于购房者而言，在购房时首先应充分考虑房屋价格、质量、地段、经济实力等因素，不要抱着“反正能退”的心理草率购房。

监管部门也要与时俱进，出台相关制度规范“无理由退房”的标准和流程，防止开发商翻手为云覆手为雨。