

加力支持家电以旧换新，补什么？怎么补？

当前，支持消费品以旧换新工作正加力推进。补什么？怎么补？消费者十分关心。商务部等四部门近日印发关于进一步做好家电以旧换新工作的通知，明确一系列具体举措。

通知发布前一个月，国家发展改革委等部门印发实施《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，明确安排近1500亿元直接下拨地方支持消费品以旧换新。此前，商务部等部门于3月底印发实施《推动消费品以旧换新行动方案》。

记者从商务部了解到，此次通知作为支持政策，就做好政策衔接、明确补贴品种和补贴标准、优化补贴方式和审核流程等方面提出了细化措施，确保消费者获得中央政策红利，保障政策平稳有序过渡。

首先，支持品类更多，补贴力度更大。

此次通知延续了若干措施已经明确的补贴品种和标准，即：对个人消费者购买2级及以上能效或水效标的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、

热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴，补贴标准为产品最终销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效的产品，额外再给予产品最终销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。

值得一提的是，在此基础上，通知支持地方自主确定补贴“8+N”类家电品种。

通知提出，各地自主确定上述8类家电的具体品种。鼓励地方结合当地居民消费习惯、消费市场实际情况、产业特点等，对其他家电品种予以补贴并明确相关补贴标准。鼓励有条件的地区因地制宜将酒店电视终端纳入消费品以旧换新补贴范围。

“支持政策作了调整，提高了支持幅度，扩大了支持品类，我们要做好前后政策衔接。”商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋表示。

商务部研究院流通与消费研究所所长董超说，中央资金叠加地方自主政策，对地方而言，要借鉴前期经验做好政策衔接，对消费者而言，补贴的品类更多，也意味着享受优惠力度更大。

下一步，如何让“真金白银”惠及消费者？

通知明确，根据若干措施要求，国家发展改革委直接向地方安排超长期特别国债资金，支持家电以旧换新。家电以旧换新补贴资金按照总体9:1的原则实行央地共担，东部、中部、西部地区中央承担比例分别为85%、90%、95%。各省级财政根据中央资金分配情况按比例安排配套资金。

通知提出，鼓励地方采用支付立减、发放个人实名代金券等不同方式，尽快让“真金白银”的优惠直达消费者，提升消费者享受补贴体验和获得感。各地应简化补贴审核流程，在防控风险的前提下提高审批效率，减轻以旧换新政策参与企业垫资压力。

“与投资补助等传统支持方式不同，这次向地方直接安排资金，赋予地方更大的自主权，在符合‘两新’总体要求的情况下，充分发挥地方的创造力，有利于更加快速便捷地将这些‘真金白银’的优惠直达消费者。”国家发展改革委副主任赵辰昕说。

也有消费者担心，会不会出现先涨价后降价、违规套取补贴、借机销售伪劣产品等情况。如何让消费者以旧换新更便利、更放心？

通知明确，各地要加强数字化平台建设，互相借鉴经验，加强数据分析，及时准确掌握家电交旧、购新、拆解全流程信息。要通过大数据等数字化手段，严防虚假交易、跨地区重复购买、大量囤货、骗补套补等行为。

通知还提出，各地要指导政策参与企业在支付环节向消费者明确提示获取政府补贴金额，拓宽消费者参与家电以旧换新的支付渠道，切实采取措施提升消费体验。各地要督促家电以旧换新参与企业将回收的废家电交与正规拆解企业。鼓励个人消费者和企业登录生态环境部网站，举报非法拆解废家电行为。

董超说，家电以旧换新链条长、范围广，要推动畅通家电生产、消费、回收、处理全链条并且明确主体责任，发挥市场监管、财政税务等各方力量，善用科技手段，加强资金监管，规范补贴发放。

新华社北京8月26日电

晒娃为流量 卖萌成生意 让孩子当网红牟利涉嫌违法

按照剧本卖萌，根据人设摆拍，行动举止都被明码标价……在利益的驱使下，有的家长把孩子当成了挣钱工具，让晒娃变成了获取流量的捷径。专家提醒，孩子的童年不能重来，家长不要为了短暂的利益透支孩子的童年，伤害他们成长的根基。

换牙期孩子 当主播熟练带货

“大家好，今天妈妈帮我准备了美食拼盘，我要开始‘造’喽……”某社交平台上，一名还在换牙期的小女孩熟练地跟网友打招呼。她面前的桌上摆满了糖果。两三分钟的视频里，她边吃糖果边跟网友互动：将糖果举到镜头前，“小朋友们给你们吃一口”；然后夸张地伸出大拇指给糖果比赞，要求网友“点个小爱心”。

记者发现，部分视频里被精心地植入了多个广告。比如在挑战“辣条九宫格”的视频中，拿着手机拍摄的妈妈“不小心”入镜，“妈妈，你怎么换新手机拍视频了？”“是啊，最近我发现××上的二手手机挺划算的……”一问一答间，某二手平台的广告语无缝植入。

“萌娃视频”照模板 讨你欢心

除了孩子的带货视频，还有一类“萌娃搞笑视频”流量较高。记者浏览多个亲子账号发现，一些学龄前儿童话都说不清楚，却照脚本念出网红段子。大多数这样的儿童博主在简介中

都挂着商务合作的联系方式。吴女士正在运营亲子类视频账号，她说“晒娃”是很多家长创建账号的初衷，随着粉丝量和点赞量不断攀升，品牌和机构会主动找上门，有些家长便有了商业运营的压力。她发现，搞笑的视频特别吸粉，“但我有时明显感觉到，孩子配合镜头表演有些吃力。”

还有人专门开课教授“家有小孩如何做账号”，博主将孩子分为长相可爱、吃饭香甜、说话模仿能力强、擅长动手等不同类型给出可参考的模板。

一名网红孵化机构商务专员说，目前“儿童网红”主要有两种运营模式：一种为“轻运营”，即机构为家长提供内容、流量等方面的建议，主要由家长负责拍摄、运营，通过平台商单、商品寄拍等渠道获利；另一种模式则对机构的依赖度较高，儿童仅仅担任“演员”，其余环节均由专业团队完成。

孩子成公众人物 警惕负面评论

事实上，让孩子过早成为“网红”，可能对他们的未来发展带来伤害。刘先生有惨痛的教

训，他的儿子喜欢画画，他便经常在网上晒出儿子的作品，网友的点赞极大地满足了他和儿子的虚荣心。但有一段时间，儿子突然变得非常焦虑。原来，儿子是因为点击量变少开始不自信，担心大家不喜欢他了。这件事给刘先生的冲击很大，他直接关了账号。他还发现，当孩子成了“公众人物”，一些负面评论也随之而来。

目前，我国已经出台了一些法律法规来保护未成年人的“网络权益”。例如《网络直播营销管理办法（试行）》《关于规范网络直播打赏加强未成年人保护的意见》《关于加强网络文化市场未成年人保护工作的意见》《未成年人网络保护条例》等，明确禁止未成年人从事直播活动，严禁借“网红儿童”牟利以及其他利用网络损害未成年人合法权益的情形。

然而这些现象并未禁绝，花样甚至还在翻新。

对此，北京市京师律师事务所律师蔡东芳认为，这些规定存在一些漏洞和不完善之处。政府、网络平台、学校、家庭等也应该共同治理网络环境，为未成年人系上更牢固的“安全绳”，形成社会共治的良好氛围。据《北京晚报》

[专家提醒]

雷雨天气勿垂钓

新华社北京8月26日电（记者顾天成）近日，连续有多起雷雨天气垂钓人员遭雷击事件发生。应急管理部门和急诊科医学专家提示，雷雨天气钓鱼时，鱼竿和水都会增强导电概率，易引雷，雷雨天气勿垂钓。

根据国家应急广播日前发布的雷雨天垂钓安全提示，未来十天我国北方地区仍多降雨，部分地区有暴雨和大暴雨。“钓友”们出发前务必关注天气预报，避免在暴雨、雷雨天气垂钓，遵守安全注意事项。

“许多钓鱼竿是金属质地，其长条形状结合甩动的鱼线近似‘接雷天线’，含杂质高的水域导电率也较高，易引雷。”南京市消防救援支队消防宣传员马凌晨说。

雷雨天该如何防雷击？北京市气象局工作人员介绍，如果在户外看到闪电，30秒内又听到雷声，就说明此时人已处在雷区，必须先将身上的铁杆、钓鱼竿等金属物放置别处，离开水边、山顶、小亭子等比较孤立的位置，及时躲进有防雷装置的建筑物里面。如果雷已处在头顶，可以找个低洼地带，双脚并拢蹲下，双手抱头。不要打伞，不在树下躲雨，不能奔跑，等雷过后再打伞。

部分网友关心遭遇雷击后如何急救。对此，四川大学华西天府医院急诊科主任何斌介绍，如果遭受雷击者衣服着火，应及时用水扑灭，或用厚外衣、毯子把伤者裹住以扑灭火焰。对呼吸、心跳停止者，立即做心肺复苏，再处理烧伤创面。雷击时的电流热效应会引起电烧伤，可用冷水冷却伤处，然后盖上敷料，若无敷料可用清洁的布、衣服等包裹，并及时转送当地医院，转运途中要输液，并采取抗休克措施。

马凌晨表示，垂钓安全风险不止有雷雨天雷击，建议安全垂钓要做到“六避免”：避免在未经开发的地方野钓；避免在雷雨、台风等恶劣天气时外出垂钓；避免进入河谷等低洼地带、水情不明的地方垂钓，防止发生溺水意外；避免在电力设施下垂钓；避免傍晚、夜间到河中垂钓，防止因水位上涨或夜晚视差发生意外；避免选择长满青苔的光滑岸边作为钓位，不要轻易入水捞渔具。