

5月16日,来这场中考咨询会

官方指导、百校汇聚,精准解答考生及家长志愿填报疑惑

羊城晚报讯 记者秦小杰报道:5月10日,广州市2026届初三毕业适应性测试(以下简称“一模”)成绩正式公布。本次一模笔试满分为690分,不含体育考试、英语听说考试、理化实验操作考试分值。全市笔试平均分431分,较去年中考笔试平均分低约20分。为方便考生依据一模成绩科学定位、合理填报志愿,羊城晚报中

招考活动即将开启。据广州市招考办介绍,本次一模参照中考40分梯度间隔划线规则划定梯度参考线,为考生志愿填报提供权威参考。其中,第一梯度线577分,第二梯度线537分,第三梯度线497分,第四梯度线457分,第五梯度线417分。考生可结合个人分数及全市排名,预判自身所处梯度,科学规划升学志愿。

为精准解答考生及家长志愿填报疑惑,由羊城晚报主办的2026中考志愿填报先导咨询会定于5月16日(星期六)9:00—13:00举办,活动地点位于广交会展威斯汀酒店3楼宴会厅,参会市民可搭乘地铁至琶洲站C出口直达会场。本次咨询会是一模成绩公布后规模最大、具备官方指导属性的中招公益

咨询活动。活动设有官方政策解读环节,由招考办相关人员权威解析中考政策、填报规则。现场汇聚超百所优质院校,包含省实、广雅、执信、二中、六中等公办名校,同时覆盖公办高中、民办高中、国际部、职业院校、技师学院等全类型升学渠道。家长和考生可携带一模成绩单,面对面与各校招生负责人沟通咨询,精准匹配适配院校。

报刊亭变身潮玩选购打卡地

天闻角川首家书谷亭在广州羊城创意产业园开业

羊城晚报讯 记者徐炜伦、范晗越报道:5月11日,天闻角川首家“天角制造书谷亭”在广州天河黄埔大道羊城创意产业园3号门大道开业,18平方米的店面融入了天闻角川旗下的天闻角川小豆泥、诡秘之主、全职高手等众多知名IP,并以敞亮空间格局让顾客可以进到店内接触和选购商品,成为天闻角川与读者及动漫爱好者直接对话的全新窗口。

据介绍,早年间,天闻角川的动漫图书、杂志与周边就曾走进街头报刊亭,成为一代人的青春印记。作为天闻角川线下零售的创新形态,“天角制造书谷亭”将主营ACGN领域潮玩IP产品、徽章、立牌等周边(行业内称为“谷子”)的“谷店”与新闻报刊亭形式相结合,既满足喜爱收集周边商品的粉丝的便捷化打卡需求,又能不时推出当下潮流的新鲜“痛报”和IP衍生的最新产品。开业期间,顾客拍照打卡分享或

任意消费即可获得小豆泥主题“痛报”一份,并可以盖上暹罗猫小豆泥纪念印章,这是天闻角川首发特刊(刊号001),极具纪念价值。此外,现场还陈列着暹罗猫小豆泥系列手办等众多自限定周边商品,更有搪瓷杯、PET收藏卡、双闪徽章、纪念卡等上百款新周边亮相。

此次“天角制造书谷亭”的开业,恰逢天闻角川推出周边与线下零售子品牌“天角制造”一周年。去年9月,天闻角川在上海南京东路开设首家天角制造直营店,在刚刚过去的“五一”假期销售火爆,现今书谷亭成为其线下布局的又一块拼图。

据悉,“天角制造书谷亭”还是羊城创意产业园打造二次元公园项目的重要载体,旨在通过潮玩文创业态,为广州文化创意产业发展注入新活力。未来,天闻角川计划逐步扩大布局,打造10家乃至100家迷你书谷亭。

天河城百货部分业态调整

四楼电器馆、超市已撤场,场地后续用途尚未官宣

羊城晚报讯 记者马思泳摄影报道:近日,网传位于广州市天河区天河路208号的天河城百货部分业态即将结业。5月11日,羊城晚报记者实地走访核实,天河城百货四楼电器馆、超市已完成撤场,原电器馆场地后续改造业态暂未官宣。目前,商场其余楼层百货业态及场内商铺均正常营业。

业,场内设备已全部清拆搬离,场地后续规划暂未明确。四楼邻近原电器馆的科技产品门店工作人员透露,四楼原有Teemmart超市同步撤场,目前天河城内仅负一层保留永旺超市。

记者先后前往商场西南塔五楼客服中心、一楼咨询台咨询。工作人员均表示,四楼天河城百货相关业态已关停,原电器馆地块将更换经营业态,具体改造方案尚未收到官方通知。记者现场观察到,商场局部区域已搭建施工棚架,正在进行升级改造。除调整区域外,天河城百货服装、美妆、珠宝等专柜及场内其他商铺均正常运营。

今年年初,粤海天河城商业正式宣布,旗下天河城百货东圃店于2026年2月28日后停止营业。该门店自2011年12月开业,经营了十几年。据悉,天河城百货除了天河城店外,还有万博欧莱斯名牌折扣店、奥体欧莱斯名牌折扣店等正常运营。

该调整公告最早于2026年4月1日通过官方公众号“天河城百货天河城店”发布。公告提及,本次品类升级调整旨在优化经营布局,门店将以全新业态面貌持续服务消费者。

走访过程中,巡场工作人员向记者证实,电器馆于5月10日结束营



位于四楼的天河城百货电器馆已撤场、封闭

覆盖38条线路! 广州公交新增免费WiFi试点

羊城晚报讯 记者严艺文、通讯员周宏仲报道:今年1月,羊城晚报报道了《广州部分公交车上线免费WiFi试点服务》,覆盖B3路、204路及旅游公交2线。近日,记者从广州巴士集团获悉,“免费车载WiFi”服务覆盖线路进一步扩大,计划在59、66、107等38条公交线路试点推出,为乘客提供便捷、智能、贴心的出行体验。

记者此前在204路公交车上看到,每个座位前都设有一个标注“广州公交便民服务”的标识牌,显示有实时公交、安全WiFi、附近优惠等信息,可通过“扫一扫”或“碰一碰”连接

网络。记者用微信扫码打开定位,连接成功后,页面显示“欢迎乘坐广州204路公交”,该页面集成下车提醒、换乘信息、沿途便民服务等功能。此外,还能查看车辆附近的卫生间、便利店、药房等便民设施。

“公交车上有免费WiFi很方便,有时候信号不好想查询站点和路线,手机刷不出很着急。”乘客张女士在204路上体验免费WiFi后表示。

广州巴士集团相关负责人表示,当前上线设备属于试点运行,待运行稳定、服务完善后,将逐步扩大免费WiFi覆盖线路范围,让更多乘客享受到这项便捷服务。

商家“拉黑”整个街道, “多输”困局如何破解?

首席评论
□伍里川

近日,因恶意退货多,卖家“拉黑”整个街道,事件引发网友关注。据报道,有网友发帖称,自己在某电商平台看中了一款商品,商品界面却显示其地址无法收货。她询问了客服,对方表示店铺将她所在的街道拉黑了,“这个街道不发的,‘白嫖’的人比较多”。

过往只听说过商家“拉黑”买家,把整条街道都给“拉黑”,却令人闻所未闻。据了解,帖子中提到的街道集聚了超22万人的常住人口,近1.5万家企业,体量庞大。商家主动“屏蔽”如此规模的市场,潜在损失可想而知。可这么做并非是因为他们不懂商业。一名服装商家留言称,“发到该街道的122个包裹,仅退款94个,穿了3年的有57个,我人麻了”。多名曾“拉黑”过特定街道的商家向媒体记者表示,“拉黑”并非出于恶意,而是商家面对恶意退货与高额损失时的自我保护之举。这种说法真

实表达了商家的困惑和愤怒。

消费者依法依规维权并无问题,合理利用电商平台“仅退款”条款亦不突兀。然而,连使用多日、多年的商品也被买家“仅退款”,不仅不诚信,也不道德。众所周知,7天无理由退货的核心前提是“商品完好”,部分买家滥用7天无理由退货权,是在不当行使权利。某些商家采取拒售行为,有其现实合理性。

但如此一来,该街道的诚信买家便在无形中受到连累,以至于失去从这些商家手中买货的资格。到头来,商家和诚信买家都“受伤”。令人担忧的是,今后可能会有更多的商户有样学样,造成“多输”局面。

这种现象和市场经济格格不入,不无荒诞色彩。有律师指出,商家不能将“拉黑”扩大为对整个区域所有消费者的歧视性对待,否则可能违反消费者权益保护法“消费者享有公平交易的权

利”的规定。

问题是,如果没有明显的机制性“变局”,这些愤怒而无奈的商家很难“停下来”。多重信息表明,恶意退货现象愈演愈烈。几天前,一名销售冷冻榴莲果肉商家称遭山东德州一买家恶意“仅退款”,于是两次驱车行驶1600公里往返买家所在地,翻遍垃圾桶找证据。该商家为此花费5000元,而相关商品仅值190元。今年1月,央视也以“关注网购恶意退货乱象”为主题,聚焦了这一现象。可见,单纯让陷入困境的商家给某街道、某些人群“解锁”,有可能重复此商家闹剧和悲剧。

商家的行为值得商榷,但根源性问题不可无视——从七天无理由退货到“仅退款”,这样的售后服务机制升级,改善了消费者的体验,遏制了不良商家,这是应予承认的。平台参与市场竞争、鼓励消费维权没有错,但应该看到,

“仅退款”等规定,一刀切地取消了商家申诉的机会,忽视了对受委屈的商家的应有保护,给居心不良者留下重大漏洞,这种做法显然有失公平。尽管一年前,多家电商平台宣布对“仅退款”规则进行调整,以提升商家售后自主权,但如今看来,调整之策依然没有触及根本,很难让不诚信买家收手,“垃圾桶翻榴莲”事件就是明例。

对此,平台需要对相关机制进行彻底改良,不仅尽力实现对“合理退货”与“恶意退货”精准区分,更应对恶意退货者予以惩罚。与此同时,“垃圾桶翻榴莲”事件中的买家因虚构事实骗取退款被行政拘留的结局说明,对于违法违规的恶意退货行为,有关部门当以法治之力打出“重拳”。须知,这不只是为合法商家撑腰,更是着力消除市场乱象,构建良好消费生态。兹事体大,绝无漠视之理。(作者系资深媒体评论员)

今日论衡之世相评弹

□朱昌俊

20万吨钢渣露天堆放 是否合规不能“模棱两可”

近日,有网友反馈:辽宁凌源创高钢渣处理回收有限公司在公司院内、河流沿岸及山沟里长期非法排放、堆放固体废物。该厂每天都用货车运输冶炼废渣,未经任何处理便露天堆放,废物严重破坏环境,影响村民生活。

据此,《人民日报》记者调查发现,涉事钢渣堆放面积约有两个足球场大小,四周有围挡,部分钢渣盖着绿色或黑色的防尘布,院内机械轰鸣,有铲车在装运钢渣,黑灰色的烟尘随风飘散。

对此,当地生态环境局相关负责人表示,2025年10月前后接到群众举报后,已认定该公司初期处理方式不合法,对其处以1.5万元罚款,并督促其增设防尘网、加高围挡、涂抹凝固胶、安装防雨淋设备等。不过,据记者现场观察,该公司的钢渣堆比围挡高出数倍,并未达到法律要求。

我国大气污染防治法规定,“贮存煤炭、煤矸石、煤渣、煤灰、水泥、石灰、石膏、砂土等易产生扬尘的物料应当密闭;不能密闭的,应当设置不低于堆放物高度的严密围挡,并采取有效覆盖措施防治扬尘污染”。但从记者现场调查和拍下的照片可以看出,这些钢渣的相当一部分面积裸露在外,并没有真正“密闭”。

值得注意的是,这种状况还是在当地处罚并要求企业整改之后。这不得不让人深思,为何被处罚过后,相关的堆放仍显得如此草率?这里面又是否存在着“以罚代管”的思维?另外,在回应中,当地环保部门的态度也表现出矛盾的一面。一方面,相关负责人表示认定钢渣堆场紧邻河道及靠近饮用水水源地“符合规定”,另一方面,又坦承“监管方面肯定有责任”,并将原因部分归于“人手不足”。这种“既无大碍,又有过失”的模糊表述,恰恰暴露出基层环境治理中一种值得警惕的倾向,那就是用责任自认来替代合规判断,用客观困难来掩饰执法不力。

要知道,钢渣堆放是否合法,对水源、土壤和居民健康是否构成实质性影响,这些判断本不应存在模糊地带。即便考虑基层执法资源有限的现实,也不能成为回避明确性的理由。毕竟,问题已持续数年,且被居民反复投诉至上级部门和媒体,说明周边群众承受的负面影响很难说是“无中生有”。对此,基层环保治理就应该积极回应村民的“体感”差异,而不是只拿着“标准”说事或是“一罚了之”。

目前,当地有关部门表示将投入1000万元对钢渣进行规范处理,督促企业加强“三防”(防扬尘、防流失、防渗漏)措施,并启动全市范围的钢渣堆放摸排,举一反三。但在善后之余,仍有三个关键问题需要直面:第一,钢渣堆放对水源和耕地的实际影响究竟如何,是否做过科学评估?相关部门回应的符合要求,究竟是否属实?第二,这些钢渣产自本地大型钢铁企业,为何需要财政资金介入处理?若企业主体责任未落实,监管部门是否存在失职?第三,“人手不足”是普遍存在的基层困境,还是特定情形下的托词?如果是前者,应当推动能力建设,如果是后者,则须追究形式主义责任。

说到底,环境治理不能靠“过得去”的模糊逻辑。违法与否、责任归属、整改标准,都应当清晰明确。地方监管部门“模棱两可”的态度,不仅消解法律的严肃性,也容易侵蚀公众对监管的信任。这20万吨露天堆放的钢渣是否合规,需要一个更全面和严肃的评估,而此事所暴露出的可能存在的“既不认错,也不真改”的治理惰性,更该得到彻底纠偏。

(作者系资深媒体评论员)

热点快评
□苑广阔

为运动员“大屏庆生”也是饭圈文化

国家体育总局有关部门负责人近日表示,近期,全国多地出现通过商场大屏照片投放、线下粉丝聚集应援等方式为国家队运动员庆生的相关活动。此类活动不仅占用大量公共资源,而且容易对运动员备战参赛产生干扰。同时,活动组织方、商场等有关方面未经授权使用运动员肖像也涉嫌侵犯运动员合法权益。(5月10日央视新闻)

近日,多地涌现粉丝包下商场大屏,线下聚集扎堆,为国家队运动员庆生的祝福与支持,实则给运动员和社会公共秩序带来多重负担,弊端凸显、隐忧重重。

传递出清晰导向:体育崇拜不该套用饭圈套路,盲目应援只会徒增困扰、触碰红线,唯有理性观赛、纯粹支持,才是对运动员最好的守护。

近年来,娱乐场的饭圈文化逐步渗透体育领域,从数据打榜、过度控评,到如今大规模线下聚集、商业大屏刷屏庆生,体育追星越发呈现套路化、规模化、功利化的饭圈特征。不少粉丝出于喜爱,自发组织各类应援活动,看似是温情的祝福与支持,实则给运动员和社会公共秩序带来多重负担,弊端凸显、隐忧重重。

花式饭圈应援,首先严重干扰运动员的训练备战节奏。国家队运动员的核心使命是专注训练、全力备战、冲刺

赛场。各类声势浩大的庆生活动、线下聚集围观、全网刷屏造势,持续占用公共舆论焦点,不断分散运动员精力,打破其专注训练的状态,极易造成心理干扰和舆论压力,影响竞技状态,违背了为运动员加油的初衷。

更需要警惕的是,此类未经授权的活动也暗藏法律风险。商场大屏投放肖像海报、大范围公开传播运动员影像,活动组织方、商业场所如未取得运动员本人授权,擅自使用其肖像进行传播造势,已然涉嫌侵犯运动员肖像权等合法权益。看似无害的应援行为,实则游走法律边缘,不仅可能引发民事纠纷,也会让粉丝和组织方承担相应法律责任。

体育的魅力,在于拼搏向上的竞技

精神、永不言弃的体育品格,而非娱乐化的流量追捧和花式应援。运动员值得被喜爱、被尊重,但这份喜爱应当适度、纯粹。真正的支持,从来不是声势浩大的线下应援、刷屏庆生,而是让运动员们远离喧嚣、专注训练,关注他们在赛场上的汗水与拼搏,为他们的专业表现喝彩。

整治体育饭圈乱象,需要多方共同努力。粉丝群体需及时转变观念,摒弃娱乐化追星思维,守住理性底线,不组织、不参与各类违规应援活动,拒绝过度消费、过度打扰运动员。各类商业平台、公共场所也应主动履行社会责任,拒绝承接无授权的运动员应援活动,从源头遏制乱象蔓延。