

察者看台

“代拍秒杀”不是好生意

■张西流

“双11”临近,各电商平台陆续上架低价限量优惠商品,也让隐藏在背后的一条“代拍秒杀”产业链浮出水面。据媒体调查,市面上存在大量收费1至50元的秒杀代拍服务,有商家承诺提供用户名和密码后,即可在0.05秒内拍下指定限量商品。此外,顾客如想自己动手操作直接秒杀,也可购买8元至100元的“抢拍器”。

不过,多位专家指出,这除了面临个人信息泄露的风险,严重时还有可能被犯罪分子利用,带来账户被盗刷、电信网络诈骗等问题,需警惕“代拍秒杀”这条灰色产业链。

“双11”期间,电商平台推出“秒杀”商品,也是为了促销。然而,由于平台提供的“秒杀”商品“僧多粥少”,导致许多消费者“秒杀”失败,从而也催生了“代拍秒杀”这种新兴的灰色服务。其服务收费虽不高,但因其隐藏多重风险,甚至涉嫌违法,这并不足取。

这也应当引起监管部门重视,并采取有效手段对其进行规范。

首先,“代拍秒杀”有可能导致个人信息泄露。目前网购账号都已实现实名制注册,而实名制账号本身是一种身份代表,是个人身份的认证,将这一身份信息交由线上商家,潜藏着较大风险。要知道,消费者的购买记录、收货地址、电话等个人信息泄露后,就可能会被不法者利用,进行“精准”诈骗或发送诱导信息,给消费者带来安全隐患。

其次,表面上看,对于提供“代拍秒杀”服务的商家来讲,是一种双方自愿的有偿服务形式。但第三方“代拍秒杀”,有违交易公平,会损害其他普通消费者的利益,扰乱网购市场秩序。正如有律师指出的,这种抢购模式,突破了电商平台销售限量商品的随机性和公平性,构成不正当竞争。

最后,一些所谓的代拍手段,并非掌握了多高级的技术,不过是利用程序非

法侵入或控制计算机系统。而这已涉嫌触犯刑法规定的提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪,应当依法追究经营者法律责任。此前,就有团伙因销售“联合抢拍器”非法获利而被追究该罪,这足为一些非法代拍商家所警醒。

可见,“代拍秒杀”并不是一门好生意,其不论是对消费者,还是电商生态,都是一种十足的“负能量”,不应任由此一灰产横行。眼下,“双十一”购物季已开始,“代拍秒杀”也在一些平台开启“兴风作浪”模式,相关方面也该及时出手了。

而治理“代拍秒杀”,一方面需平台加强审核,通过关键词筛选、大数据侦查等方式持续监测、分析、识别提供代拍服务的账号,及时切断不正当“代拍”操作,进行“反代拍”“反代秒”;另一方面,监管部门也该对其进行依法“秒杀”,积极主动受理消费者与平台的投诉,并通过与平台的数据共享或者其他联合治理模式,精准、有力打击非法“代拍秒杀”行为。

新闻漫话

脱糖电饭锅在收割谁的“智商税”

■苑广阔



最近脱糖电饭锅成了网红产品,号称用它蒸饭,可以有效降低米饭中70%的糖分。真的靠谱吗?实验结果令人惊诧。

脱糖电饭锅之所以能够成为网红产品,就是因为它宣称能够有效降低米饭中70%的糖分,这样一来,这款具有脱糖作用的电饭锅,就和减肥、降糖、健康等等联系到了一起,从而受到无数消费者的青睐,当然价格也就高了不止一点。

但问题在于,它真的能够在煮饭的过程中实现脱糖吗?据悉,脱糖电饭锅在把米蒸到半熟时,会采用所谓的“虹吸法”“波浪蒸煮法”等五花八门的方法,将锅中的米汤滤掉,再把剩下的米蒸熟,借滤掉的米汤带走大部分米饭中

的淀粉,也就是糖分。这个原理绝大多数消费者都能够听得懂,也正是这款电饭锅最为迷人的地方。

但是,这个“骗局”的奥妙其实是这样的:经过特殊的设计,脱糖电饭锅里面的部分淀粉确实会随米汤离开米饭,这是消费者之所以相信它能够实现脱糖的原因,但是实际上进入米汤的淀粉量很少,根本达不到可以实现脱糖的作用。所以说,这又是一款名副其实的收割消费者“智商税”的产品。

所以,作为消费者,不要再盲目相信这样的脱糖电饭锅了。市场监管部门,是否也可以从商家涉嫌虚假宣传的角度,来为这款名不副实的网红产品降降温呢?

有话就说

别让“网红景点”成为贬义词

■东 原



近年来,各地“网红景点”层出不穷,一些景点通过虚假宣传“诱骗”消费者,受到市场监管部门的处罚。业内人士认为,在当前旅游业逐步复苏的背景下,旅游景点应修炼好产品和服务的“内功”。

互联网的发展,网红经济的出现,不可避免地改变了旅游。过去,人们往

往“跟着名人去旅游”,比如唐诗宋词里出现过的,名人名作提到过的,主流媒体报道过的,都会引发人们循其足印而前行。可现在,很多人“跟着网红去旅游”,各种旅游攻略中出现的,所谓朋友圈刷屏的,竞相成了旅游目的地。

世界虽大,无外乎网上网下,互联网已经深深改变生活。对于景点来说,努力提升网络知名度是一件好事,但真正值得思考的是,“网红”代表什么,如何打造“网红”?

人们期待或者说认可的“网红景点”,应当和以往人们熟知的知名景点一样,都是有内涵的,是通过拼产品拼服务,一步一步打造出来的。相对于传统景点,“网红景点”可能更具有宣传意识,更具有传播特征。如果一个景点不注重

网络口碑,不打造网络形象,只能说是身子进入了新时代,而脑袋还停留在上世纪。

打造“网红景点”无可厚非,但必须走正路,可现在一些景点却动起了“歪脑筋”。这些“网红景点”有一个共同特征,那就是精于美容修饰、痴于投机取巧,从本质上讲是“做图的”,而不是“做旅游的”。

别让“网红景点”成为一个贬义词。真正的网红有内涵支撑,能持续发展,而虚假宣传做的是“一锤子买卖”,注定只能“红一时”。常态化疫情防控条件下,旅游业复苏很不容易,“网红景点”的出现说明市场潜力仍在,越是在这样的时候,越是要沉得住气。要坚持做品质,而不能触碰法律的红线,僭越游客的底线。

世相浅见

本栏点评 魏 姗

1.这几日,“蓝领”月薪过万、高过大学生的话题引发关注。有媒体报道,近日,一位专门招聘“蓝领”的人力资源公司负责人给江苏一家电子厂招聘了月薪8000元的普工,工人刚到现场,就被隔壁的电子厂以月薪1万元抢走了。对此现象,该负责人表示,现在“所有工厂都缺人”。

点评:“蓝领”月薪过万、成为稀缺人才,这当然是市场评价的结果。随着科技不断发展,现在的“蓝领”涵义早已超越了过去的“普工”概念,他们职业技能过硬、学习能力强、符合市场需要,自然备受追捧。当然,也不必就此打上“读书无用论”的标签,事实上,“蓝领”日益受捧恰恰证明了学习能力的重要性。换言之,无论是蓝领工人,还是大学毕业,只有不断学习技能、增强本领,才能立于竞争的不败之地。

2.各位邻居:“今天吾儿新婚,宾朋将至,电梯可能往返四楼频繁,给大家带来不便,还请谅解!特备喜糖,共沾喜气,诚邀大家一起庆祝。”近日,浙江丽水某住户在电梯内摆了一盒喜糖,并张贴了一张红色的“打扰告示”。面对这样的善举举动,邻居们也投桃报李,大家不约而同地将停在楼下车位上的汽车挪走,方便前来参加婚礼的宾客停车。

点评:常言道“远亲不如近邻”,这样的贴心举动,不仅体现了新人家庭的良好涵养,也是珍惜和重视邻里关系的有力证明。我们期待,这样“美美与共”的邻里关系能够进一步扩大辐射效应,为奠定和谐友好社会坚实基础。

3.近日,四川一学校学生跳川剧课间操的视频走红网络,引发网友关注。记者从四川省绵阳外国语学校获悉,这套川剧韵律操该校已经使用了3年多的时间,三年级以上的学生都会跳这套操。而当初将川剧元素加入韵律操的编排是为了能让孩子们了解中国传统文化,同时,也可以培养孩子们对川剧的兴趣。

点评:显而易见,川剧操比传统的课间操形式更新颖,更能激发学生们的热情。如此这般别出心裁,寓非遗传承于强身健体之中,可谓“两手抓两手都很硬”。而进一步拓宽视角看,这也表示素质教育与时俱进,积极探索各类创新形式“变脸”。如此一条“教育改革、学生素质养成、非遗文化传承”三位一体的新路径,值得各地各校多多效仿和学习。

今日论坛

用好节俭传家宝

■荣 翌

有的餐厅推出机器人小锅炒菜、“智能光盘套餐”,通过精准定量、科学配比,引导节约用餐;有的单位食堂使用订餐码,鼓励员工线上预订,并根据当日订餐情况精准把控菜品供应量。最近,一些地方积极运用科技手段减少餐饮浪费、倡导节约,令人眼前一亮。

餐桌上的新风尚,映照着重温中华传统文化的“节俭基因”。无论是“克勤于邦,克俭于家”的劝勉,还是“俭节则昌,淫佚则亡”的告诫,有关俭与奢的箴言,沉淀着历史的启迪,牵动着中国人对家风与国运的思考。崇俭戒奢的思想,凝结着中国哲学智慧。

节俭文化中的谦逊与珍惜,反映了对劳动成果的敬畏。从一株秧苗到一碗米饭,从一粒黄豆到一瓶酱油,从一颗蓼蓝种子到一匹蓝印花布,都要历经几十道工序。人们欣赏田园生活,本质上则是对朴素生活的向往、对劳动创造的赞叹。品鲈鱼美,勿忘“出没风波里”的艰辛;食盘中餐,须记“田家秋作苦”的汗水。万物生长,每一分倾注时光与汗水的劳动都不容辜负,而节俭正是尊重劳动的应有姿态。

提倡节俭并非抵制消费,而是强调树立科学理性的消费观念,践行绿色文明的生活方式,更好实现资源的优化配置。节能家电、共享单车、二手物品售卖平台……近年来,以资源节约为特点的创新,顺应了大众消费趋势,为相关行业拓展了市场空间,催生了许多新业态。新形势下,用好勤俭节约这个“传家宝”,有助于激发新的经济价值,创造更大的社会效益。