

→ 察者看台

合力铲除共享电动车“牛皮癣”

■廖卫芳

眼下,共享电动车作为城市中最方便、最快捷的一种交通工具,深受广大市民的喜爱。由于共享电动车具有流动范围广、传播性强等特点,一些不法广告商便把共享电动车当成了一辆“移动广告车”,在共享电动车上投放“小广告”。据了解,这些或张贴、或投放在共享电动车上的小广告不仅多为非法内容,而且形式多样,有的以二维码形式存在,还刻意张贴在原有二维码处,让人一眼很难分辨其与骑乘扫描二维码的区别,致使共享电动车成了小广告“牛皮癣”的“新宿主”。

共享电动车上的“牛皮癣”一旦泛滥,不仅会严重影响共享电动车的使用体验,而且一些违法广告本身存在着不良社会影响和潜在危害,会成为社会治理一大隐患。附着在共享电动车上的小广告呈现隐蔽性、流动性、狡猾性等新特点,比如

小广告多用二维码替代电话号码,不易追踪;共享电动车数量多流动大,现场取证难;多为异地号码,难以停机处理;张贴量大,企业运维成本高等,这些都给城市管理出了一道“新难题”。

因此,笔者以为,铲除共享电动车“牛皮癣”还需“合力共治”。首先,共享电动车经营者要“发力”。对于共享电动车经营者来说,如果是由自己发布或作为通道发布的广告,应有事前审查、事中跟踪、事后反馈纠正的流程化工作机制,对于发现的违法广告现象,应及时采取措施避免损失或不良影响的扩大;对于恶意利用电动车发布违法广告的行为,不妨在电动车使用二维码弹出时对消费者进行安全提示。

其次,监管部门要“发力”。城管、交通、公安等相关部门既要形成联席会议、线索移交、信息共享、情况反馈等机制,最大程度压缩小广告的生存

空间。又要加大打击力度,采取“源头治理”理念,不妨根据小广告上的联系方式,顺藤摸瓜对投放者进行行政处罚,从源头上铲除并打击。

其三,骑车者要“发力”。相关部门,包括共享电动车经营者,不妨设立举报奖励制度,鼓励电动车骑行者采取“随手拍”的方式抓拍小广告投放者,并及时将相关信息向平台、执法部门上报,便于及时查处。

同时,技防力量也要“发力”。相关企业不妨通过“技防”力量为共享电动车涂上防粘贴涂层,或是对车筐采用镂空设计、增加塑料网格,从技术层面降低小广告的黏附性,让小广告“上不了车”。

笔者相信,只要经营者、监管部门、骑车者,形成联动、共同发力,再辅以技防力量,就一定能铲除共享电动车“牛皮癣”的生存土壤,从而让共享电动车无“癣”入市,无“癣”出行。

→ 新闻漫画

虚假招聘广告“套人”当依法解套

■汪代华



招聘广告,是求职者了解用人单位的第一窗口,呈现的内容直接关系到双方能否成功“匹配”。近年来,一些单位为了吸引人才加入,不惜在招聘广告中“美化”薪酬待遇等

事项,等到签订劳动合同或是兑现承诺时却又否认招聘信息的法律效力。

众所周知,求职应聘是个人的必经之路,而在求职时受到虚假招聘广告“套路”确实会让人头疼。

虚假招聘广告“套路”一般有两种情况。一是骗子利用虚假招聘广告“套”你没商量,诈骗敛财;二是一些用人单位耍小聪明,利用虚假招聘广告“套人”。尤其是当下劳务市场出现供大于求现象,导致很多人求职心切,忽视了求职过程中存在的风险,给了许多不法分子以可趁之机。

警惕虚假招聘广告“套路”“套人”

当依法解套。防止“虚假招聘”陷阱坑人,仅仅靠应聘求职者提高警惕是远远不够的,需要多管齐下发力解套。一方面亟待规范用工市场,净化用工环境,加强监督管理。有关部门应采取预防在先、打击为主、移送在后的“三级模式”,进一步加强劳动监察“网格化、网络化”管理。另一方面应依法严厉精准打击虚假招聘,一经发现严惩不贷。同时需要多方联手互动,多管齐下采取有效措施,防止虚假招聘事件的发生。作为用人单位,千万不能耍小聪明,诚信招聘才能避免劳资纠纷,企业才能真正赢得人才,赢得未来。

→ 有话就说

别让网售“茶烟”成为控烟的“隐秘角落”

■付 彪



随着对电子烟的监管趋紧,最近在一些电商平台,“三无”茶烟开始露头。它们“碰瓷”品牌香烟,打擦边球公开售卖。为了既不违反网上禁止售烟的相关规定,又能牟取暴利,这些卖家不但声称是“海关查

获的走私烟”,而且通过掺入所谓的水果味,诱导未成年人吸食,暗藏诸多风险。

所谓“茶烟”,是指以茶叶、菊花、薄荷等为原料,并制作成普通卷烟的样子。茶烟如不含有烟丝成分,本质上不属于法律意义上的卷烟,未纳入烟草专卖品的监管范围。

实际上,茶烟与电子烟一样,都会对身体健康带来伤害。知情人士称,由于常规的烟叶流通有严格的监管,且成本较高,部分廉价茶烟为达到普通香烟的口感,会通过添加药用或者化学尼古丁成分。一些茶烟还会通过加入水果味,蛊惑未成年人吸食。可见,网上售卖的茶烟,从生产到

销售各链条,充满了打擦边球、诱导的意味。

无论从哪个方面来说,都不能让网售茶烟处于野蛮生长状态,成为控烟的“隐秘角落”。监管部门要依法对相关生产者、经营者予以查处,铲除非法生产、宣传、销售的土壤。电商平台也应负起管理责任,既要加强对经营者的资质资格审核,也要通过技术手段屏蔽相关违法信息;发现涉嫌侵权、违法商品,既要及时予以下架,也要向有关部门举报。

同时,在立法层面尽快明确茶烟能否售卖、监管方式、监管程度等具体问题。尤其对于未成年人,应把茶烟作为警示教育内容,使其远离烟草伤害。

世相浅见

1. 近日,人社部向社会公示新修订的《中华人民共和国职业分类大典》。值得注意的是,新版《大典》沿用2015年版《大典》做法,标注了绿色职业133个(标识为“L”),如冶金热能工程技术人员、汽车工程技术人员、供用电工程技术人员、环境卫生工程技术人员、野生动植物保护利用工程技术人员等。

点评:面对火起来的绿色职业,相关部门的服务工作要跟上并力争做在前面,进一步开发就业岗位,加强和规范人力资源市场建设,充分发挥好绿色职业的就业扩容和就业吸纳功能。同时,加强宣传引导,让更多人,特别是大学毕业生看到这个职业的发展前景和光明未来,并积极投身其中。应该看到,随着生态文明建设的不断深入,社会对绿色职业的分类还在不断细化和扩充。我们要紧跟产业变革和市场需求,强化职业指导和就业服务,做好职业培训与人才考评;发挥相关行业协会优势和作用,形成较为完善的绿色职业从业者教育、培养和实践体系。

2. “在准备课程设计之余,我还兼职送外卖,这样既可以换换脑子,又能挣点零花钱。”在广东深圳某大学就读计算机应用技术专业的陈林,如今过得很充实。从小喜欢骑行的他,为了给自己买一辆心仪已久的摩托车,自去年底开始便在家一家外卖互联网平台做兼职“骑手”,每个月收入不低。

点评:随着线上经济迅速发展,网络兼职就业新业态受到欢迎,快递员、外卖配送员、网约车司机、短视频博主等,与数字经济相关的新职业成为很多劳动者的新选择,吸引了不少年轻人利用闲暇时间“打零工”,在本职工作之外获得额外收入。笔者以为,网络兼职受欢迎,监管服务别落伍。同时,要发挥好工会和行业协会的指导作用,尤其是对于零工市场里侵害劳动者权益的行为要加强监管,打通申诉和信息渠道,提升监管精准度和及时响应度。

3. 7月26日,江苏省市场监管局召开有关线下实体店无理由退货承诺的新闻发布会。作为一种消费者权益,“无理由退货”是许多消费者的期望。业已普及的线上“无理由退货”营销手段,不仅保障了消费者的合法权益,也促进了电商的发展。既然线上可以“无理由退货”,线下什么时候才能“无理由退货”,自然成为消费者的期待。

点评:之所以有如此多的商家愿意线下“无理由退货”,实是因为这有利于商品的销售。没有线下“无理由退货”,消费者就会谨慎许多,这如同网购一样,会影响商品的销售。实行线下“无理由退货”,虽然退货的情况会增多,但从整体来说,是会带动商品销售的。线下“无理由退货”为进一步拓展实体店发展空间,更好地保护消费者合法权益,优化消费环境,大有裨益。

(综合新华网、人民网)

→ 今日论坛

创造条件让邻里热络起来

■汤华臻

这两年多,疫情偶有反复,孩子们在家时间长了,满小区找玩伴,无形中也拉近了父母辈的距离。不少昔日里甚为陌生的邻里慢慢成了朋友,有的还结成“家长联盟”,互帮互助。

俗话说,远亲不如近邻。在中国人的社会关系中,邻里关系具有特殊的意义。大家比邻而居、共享空间,素质高低、相处如何,直接塑造了生活的小环境。况且,居家过日子都会碰到这样那样的麻烦,一个社区里,老老小小,谁都需要帮衬的时候,如果楼上楼下、对门对户,能熟悉一些、彼此信任,遇到大事小情伸把手,不仅能解一些“燃眉之急”,也能大大提升个体对社区乃至城市的归属感和认同感。

街坊邻里的人情联结,对社区治理同样有益。社区治理,要解决的就是大家家门口的。从腾退空间如何利用,到新建车位如何分配,再到公共设施如何更新,“针头线脑”桩桩件件都需要好好商量。对不同议题,大家也都有各自的期待和诉求。如果街坊们平时就有一定交流交往,凡事自然更愿意换位思考,更容易谈到一块儿去,避免无谓的摩擦争执。达成共识的效率高了,解决问题的羁绊就少了,这样的良性互动,同样是宝贵的治理财富。

说起来,邻里之间从互不相识,到点头之交,再到成为朋友,肯定需要一个情感积淀的过程。在这方面,要靠大家都主动一些,以善意交换善意。同时,社区也应当积极创造条件,多开辟一些公共空间,多组织一些社区活动。因为熟络,所以理解;因为理解,所以包容。在这一过程中,我们不仅会收获新友谊,也将滋养出兼具传统与现代之美的新社区文明。