

→ 察者看台

拒做“消费刺客”，需与时俱进

■ 伏 特

近段时间,多个消费领域的“刺客”不断出现。从高价雪糕、烫头分区收费、纹眉按根收费,到餐馆预制菜未提前告知、收取茶位费餐中费等,引起消费者强烈不满。这些消费领域的“刺客”有的源于商家刻意宰客,有的源于顾客认知、诉求变化与商家一成不变的服务模式之间的矛盾。无论基于主观还是客观原因,“消费刺客”给顾客带来不适不满,将极大损害商家的形象。拒绝做“消费刺客”,除了端正思想外,更需与时俱进。

明码标价的基础是符合消费者的日常认知。商家模糊了计价单位,看似正常价格实际上则是天价,以明码标价为幌子,营造顾客“想当然、没问清楚”的假象。消费者是不是“想当然”,大家心里都有一本帐。如果商家确实提供了高质量高价格的服务,就应采取常规的定价方式并在消费者选择时明确告知。那些“轻描淡写讲一讲,以为消费者知道”,到最后却又说“已告知只是消

费者想当然”的做法,是不诚信不道德的行为。事实上,近年来类似的把戏重复上演,但最终得逞的商家寥寥无几,其结局往往是被曝光、退赔款项、留下不诚信的形象。

提醒告知清晰表达是基本要求更是尊重。诚然,一些消费领域的“刺客”并非商家刻意而为、不讲诚信,而是因为商家并没有完成“告知”义务。如南方一些城市,顾客有喝茶的习惯,餐厅基于长期占座等特点适当收取茶位费。但到了北方一些城市消费者并没有此习惯,商家进入新市场后,延续并默认了过去的收费习惯。虽然费用并不高但因为有待当地市场习惯,若无提醒告知必然让消费者感到不满。事实上,近年来随着餐饮业的交流频繁,一些老字号网红店走出了诞生地,开拓新市场,面对地域间消费文化的巨大差异,茶位费、锅底费、餐中费等都可能引起消费者不适。唯有在服务价格上做到提醒告知清晰表达,才能避免不必要的误会,避免对品牌形象的影响。

拒绝“消费刺客”还需商家与时俱进升级服务。近段时间不少被曝出的“消费刺客”并非新事物新现象,相反往往是行业一直以来的常规做法。如长期以来餐饮业尤其是品牌连锁店,它们为了提升配餐效率和品控质量使用预制菜。但近年来,随着对预制菜有了更充分的认识,部分消费者可能出现抗拒在餐厅食用预制菜的情况。这也说明,顾客对“消费刺客”的认知并非一成不变,而会根据社会的发展、认知的进步以及消费观念、维权意识的提升发生转变。商家如果还抱着“惯例如何就如何,过去可以现在就可以”的心态,最终可能引起消费者的不满。商家应当因时因势作出调整,而绝不是舆论压力下被迫改变。唯有积极主动提前布局的商家,才能走在行业前列。

拒绝“消费刺客”,不能仅仅是发现一起就处理一起,而应要求行业举一反三,提升服务质量,推进消费升级。这并非拒绝高价拒绝品质,而是要从根本上转变服务意识,让顾客消费得明明白白,时刻感受到尊重和公平。

→ 新闻漫画

虚假养生直播当严管

■ 黄齐超



海量养生保健类直播视频充斥各大短视频平台,颇受中老年群体的追捧。有调查发现,养生直播和短视频鱼龙混杂,有的表面上讲授养生知识,实际只为兜售保健品;还有

不少视频主播伪装成大师、名医卖课。这样的短视频或直播近来在网上非常盛行。事实上,那些所谓的“名医”身份非常模糊,没有单位,没有姓名,没有职务,没有专业,“名医”之“名”无从考证。

这些“挂羊头,卖狗肉”的直播,往往先以免费的科普授课吸引热爱养生的观众关注,让一些观众“入坑”后,就开始卖力推销拥有粉丝专享优惠的保健用品。一些观众警惕意识不强,辨别能力不佳、盲信盲从,在他们的忽悠下,不少人尤其是中老年群体上当受骗。

诚然,我们欢迎货真价实的名医

进行视频直播,宣传养生技巧、医疗知识,进行公益的医疗科普。当然,即便在直播时带货也能理解。但是,不可随意地将医疗用品或保健品列入带货范畴。因为涉及到医疗用品、保健品时,《广告法》有规定,那就是必须经过国家市场监督管理部门批准的医疗用品和保健品,才能进行广告宣传。最关键的是,在直播带货时不能夸大其疗效、功效。另外,根据《食品安全法》,擅自售卖未经认证、批准的养生产品,也是不合法的。

总之,作为负有监管之责的直播平台,绝不能对兜售保健品的虚假养生直播坐视不管。

→ 有话就说

街拍不能“想拍就拍”

■ 付 彪



一位身材高挑、身着紧身裤的女生从北京三里屯西北口走进太古里,6名街拍客拿起相机齐刷刷对准她。注意到有人拍摄,女生脚步明显加快,但镜头并未放过她。不仅是北京三里屯,据公开报道,成都太古里、上海安福路等地,也是街拍盛行。在各类

社交平台,街拍博主、街拍穿搭博主等占据着一定的流量池,在电商平台,有“街拍美女视频/图集”出售。此外,还有一些专门售卖女性图片的街拍网站。

街拍本是一种艺术展现形式,通常用来记录一些城市的人文环境,甚至被当作一种时尚和潮流。但如今随着短视频平台的崛起,街拍越来越大众化、商业化。一些变味的街拍,正在渐渐毁掉街拍的名声。比如,有的打着街拍的幌子,行着偷拍之实,如此行径令人反感;有些街拍客视角奇特,通常聚焦年轻女孩身体部位,以此打擦边球来牟利。

街拍也是有法律底线的,可不能“想拍就拍”。根据民法典规定,除法律另有规定或者权利人明确同意外,

任何组织或者个人不得拍摄、窥视、窃听、公开他人的私密活动。如果这类照片视频流入到一些不法网站,并被编辑成一些不实的信息,很可能会出现诽谤、侮辱行为,侵害到被拍摄者的名誉权。

遏制“想拍就拍”,须加强源头治理。源头治理,绝不仅仅靠公示牌、文明守则、办理“拍摄许可证”以及现场工作人员的管制来遏制街拍侵权行为,更要从强化网络平台责任入手,加大审核力度、畅通投诉渠道、完善处置措施等方面发力,有效约束不法街拍行为。

公众也要增强对自己肖像权、隐私权的保护意识,相关部门更要依法作为,加大巡查执法和宣传教育力度。

世相浅见

1. 今年5月份,因家中漏水,小雯通过某平台推送的广告点击预约了防水补漏服务。师傅上门检查后说,窗台和卫生间漏水,需要灌胶。开始说的是268元一斤,只需要用到3至4斤。处理到中途时,发现已用了30斤,“但师傅说我们情况严重,需要用这么多胶,最后共用了60斤胶,付了16000元。”1万多元的维修费用并没有换来问题解决,之后小雯发现渗水情况依旧存在。

点评:虽然维修师傅的预判与最终需要的工作量之间存在差异,以及维修后继续漏水,但是,不能就此判断一定是维修师傅的故意、不能排除维修故障确实需要大量材料的可能、也不能排除基于新故障发生漏水的巧合。故此,需要法律定性,也需要事实的进一步查证。防水补漏,事关民生大事和社会安定。对此,有关职能主管部门必须充分履职,加强对相关平台和房屋补漏行业的监管,对以虚假宣传、设置骗局诱骗、坑害消费者的房屋补漏行业及部分维修人员要依法严厉处罚,依法堵住防水补漏的“漏洞”,净化防水补漏市场,维护消费者利益。

2. 近日,一篇题为《成都一餐馆为困难人士赠餐:曾经淋过雨,也想为他人撑伞》的报道引发关注。因为30年前打工期间受过爱心人士照顾,45岁的老板闵建一直念念不忘,终于在自己有能力开餐馆之后也开启了“帮助模式”。他希望通过小小的举动能把正能量传递下去,更用行动去诠释:因为曾经淋过雨,想给他人撑把伞的爱与善良。对此。网友们纷纷点赞热议。

点评:人生的路从来都不好走,每个人都有可能会遇到困难。对待困境中的别人的态度,也终会折射流转到自己身上来。哪怕暂时身处黑暗,也请相信,只要你愿意,你就能让自己活成一束光,照亮别人,成全自己。当你付出几分爱与善良,爱与善良就因你而圆满几分。只要人人都献出一点爱与善良,相信社会也一定会更加美好和谐。

3. 国家市场监督管理总局发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB 23350-2021)国家标准第1号修改单,将自8月15日起实施。根据这一强制性国家标准,粽子、月饼的包装层数最多不能超过三层,包装材料不得使用贵金属和红木材料。

点评:整治“过度包装”要绵绵用力、久久为功。相关职能部门要强化监管,加大市场抽查和执法力度,对过度包装行为发现一起、查处一起。有了“新国标”,还要有“强执行”,让相关标准真正落到实处。消费者也要改变观念,理性消费,杜绝盲目攀比,对商品过度包装说不。要弘扬节俭美德,反对奢侈浪费,让人情往来返璞归真。商家要回归服务初心,自觉摒弃过度包装,营造良好消费环境。综合新华网、人民网

→ 今日论坛

以“颜值”与“灵魂”赢当下

■ 曹 静

近年来,随着都市生活节奏不断加快,在山间寻一处舒适的乡村民宿,亲身感受“采菊东篱下,悠然见南山”的意境,正成为越来越多游客的度假首选。为满足多层次、个性化、品质化的大众旅游消费需求,各地都在积极推动提升域内乡村民宿产品和服务质量、发展效益。

民宿首先是作为住宿设施产生的,在当下城市快节奏与乡村慢生活的相互碰撞下,民宿逐渐成为一种理想中的田园美好生活形式。每到周末,大批市民会涌向周边农村去观景、游玩、体验,带活了农村经济。

加强统筹规划。推动民宿业高质量发展,必须围绕提供“后备箱”“伴手礼”等产品服务,立足一个村、一个镇,进行旅游产业总体规划,打造一定的风貌特色。毕竟当建筑拥有统一的形象标准,才会更可能产生一定的规模效应。

加强行业管理。服务不仅是民宿自身吸引客流的重要因素,其口碑好坏更直接影响当地旅游生态,关系到旅游产业发展。因此,要坚持高标准、严要求,制定地方的民宿发展标准,加强日常管理督促,让游客拥有“廉价实惠”的感觉。打出好名声,才会吸引源源不断的客源。

加强特色打造。在遍地开花的民宿中如何脱颖而出、吸引众人眼球?答案就是:必须靠“特色”。在单纯的住宿功能之上,地方个性与特色赋予民宿多一层文化意味,乡土味与人情味又塑造了民宿平易近人的氛围。

建设美丽乡村,扮靓美丽中国。在市场的大浪淘沙中,只有那些“颜值”与“灵魂”俱全的民宿,才有可能赢在当下,才能为乡村振兴战略引流助力,在旅游业高质量发展上大展作为。