

→ 察者看台

防治网课培训陷阱需多方发力

■付 彪

春节临近,越来越多的人为了在节假日期间提升自己,选择报名网课学习相关技能,如平面设计、短视频运营、PS 进阶等。然而,培训机构暗藏的诸多陷阱让人防不胜防。近日,多位消费者向笔者反映,自己在报名网课学习时遭遇虚假宣传、课程质量差、诱导贷款、退课退费难等问题。对于这些问题,培训机构及相关平台应当承担什么责任?消费者如何规避以保护自身权益?

近年来,网课不再是学生的专属,越来越多的成年人也会选择购买各类网课在线上充电学习。网课内容丰富,上课方式灵活便捷,在给大家带来便利的同时,也很容易遭遇培训机构设置的种种“消费陷阱”。据报道,眼下的网课培训市场存在不少乱象,虚假宣传诱导报名、分期付款暗藏陷阱等,成为一些培训机构虚假促销、诱骗消费者的惯用伎俩。

值得注意的是,这些售卖网课的培训机构多半依托知名度较高的网课平台授课,部分学员正是因

为相信“大平台有保障”而报名,但出现纠纷后平台通常难以给出有效解决方案,多以“平台不干预双方交易,请自行与商户协商”等理由推诿。对于这些问题,网课平台难辞其咎。比如,平台审核把关不严、管理措施不到位,追求商家入驻流量,导致网课商家虚假宣传诱导报名;平台作为网络服务提供者,负有依法依规监督管理平台内商家的义务,如果不区分具体情况而完全不干预双方交易纠纷,这无异于给不良商家带来可趁之机。

笔者认为,网课培训陷阱社会危害大,还需多方合力、共同防治。其一,网课平台要真正承担起主体责任,不能数钱时乐哈哈,履责时撇得干干净净。按照相关法律法规,平台知道或应当知道商家利用其网络服务侵害他人权益,未采取必要措施,与商家承担连带责任。平台应完善商家入驻资质审核机制,健全检查监控、信用评价制度,严防不良商家鱼目混珠。比如,发现虚假广告等行为,提升信息拦截等技术,并提醒消费者注意;区分商家与消费者法律纠纷的具体情形,对涉嫌欺诈等行为,及时

采取必要措施,并向监管部门报告。

其二,有关部门要加大监管与打击力度。细化相关法律法规,构建监测、研判、预警、处置和追踪的网络安全问题联合处置机制,为包括网课培训在内的网络环境提供有效监管机制,倒逼平台完善管理措施、堵漏补缺,压缩培训机构暗藏陷阱的生存空间。对网课商家夸大宣传、虚假宣传及欺诈等违法行为,通过畅通投诉、举报渠道,实施精准打击,发现一起查处一起,并采取“高额罚单”、列入“黑名单”,甚至追究刑事责任等处罚机制,让不良商家既付出经济代价,又付出诚信代价,更付出法律代价,倒逼行业合法合规经营。

其三,消费者应增强防范意识。在购买网课时要擦亮眼睛、保持理性,多方查询相关信息,仔细阅读相关合同,避免盲目下单入坑;保留好汇款转账记录、聊天记录等,发现问题及时向有关部门投诉举报,必要时向法院提起诉讼,维护自身权益。网课商家也要自律,恪守商业道德,不能靠暗藏陷阱来获利,而要用诚信经营、课程质量来赢得市场认可。

→ 新闻漫画

抗病毒面料,需要“科技检测”

■郭元鹏

最近,在纺织市场上,抗病毒面料突然火了。不仅不少纺织企业纷纷布局,甚至与纺织行业本无多少关联的一些药企,也准备在抗病毒面料市场中分一杯羹。抗病毒面料是什么?是黑科技还是智商税?

有专家表示,抗病毒面料是将抗病毒功能整理剂通过后整理法(浸轧、加热、烘干等)以物理吸附的方式结合到纺织品上,或将制剂分子嫁接到纤维大分子中。这种制剂分子将刺破病毒、细菌、真菌的包膜,从而达到灭杀目的。但是,也有专家说,实际生活场景复杂多变,与实验室条件不尽相同,抗病毒抗菌

面料对包膜类病毒、细菌、部分真菌的实际抑制效果与检测结果会存在一定程度的差异。

也就是说,对于抗病毒面料的“新事物”,既不能完全否定,也不能盲目崇拜。至于说到底是“新科技”还是“智商税”,最起码目前还不能得出一个准确的结论。我们既要尊重科学,也要防止伪科学。

一个现代多元社会,要能容得下“一块抗病毒面料”。只不过是,面对未知的市场,面对未知的未来,不可盲目地“一窝蜂上市”。而且,抗病毒面料,“科技剪刀”亦需“诚信裁剪”。在宣传推广的时候,既不能夸夸其

谈,也不能任意拔高,更不能自吹自擂。总之,任何新产品、新科技,都需要接受监管的检验,市场的检验,而不是在没有更多充分证据证明的情况下,就火急火燎地涌向市场。毕竟一个新产品的市场,不仅需要市场认同,更需要科技认同、价值认同。



→ 有话就说

“摩托大军”锐减昭示幸福感倍增

■刘天放

春节临近,返乡“摩托大军”再度出现在了全国许多道路上。地处广西和广东两省区交界处的梧州市,是很多在广东务工的人员骑摩托车返乡的必经之地。他们从广东出发,进入广西,有些还一路骑行回到湖南、贵州、云南,最远距离超过



上千公里。

随着国家路网、高铁等基础设施的进一步完善,从广东地区出发的独特返乡“摩托大军”从最高峰时的超过 100 万人,减到 2022 年的约 3 万人。但不变的是,今年春运启动后,以梧州东出口服务站为代表的“暖心驿站”,依然在为“摩托大军”提供补给、维修等服务。这里是“摩托大军”经 321 国道进入广西后的第一个驿站。

客观地讲,当年的返乡“摩托大军”是一个时代的缩影,却也是一种无奈。当年运力有限,城乡之间,无论是个人的经济条件还是交通基础设施等方面状况,都没有达到理想状态,骑摩托车返乡作为一种连接

这些鸿沟的桥梁,有其合理性,但也充满了艰辛。毕竟,骑摩托车在严寒中长途旅行,是一断很辛苦的路程。

而近几年,“摩托大军”变“散兵”了。这一方面是由于原来那些骑摩托车回家过年,如今分流到了普通火车、客车、拼车、包车、租车,甚至高铁、自驾乃至飞机。而另一方面说明,外出务工人员收入有了明显增长,腰包鼓了,自然可以有更多回家的选择,等等。多种因素叠加,才使“摩托大军”减少。

可以说,“摩托大军”锐减昭示幸福感倍增。是的,外出务工者的返乡方式正在改变,但不变的是为其提供的温情服务。愿这些务工人员平安到家,尽享阖家欢乐的开心年!

世相浅见

1.输入网址、轻点鼠标,飘逸俊秀的汉隶代表作《曹全碑》书法跃然眼前,经典目录著作《校籀通义》可逐页在线阅读,一批未经整理出版的日记、书札稿抄本首次公之于世……不久前,国家图书馆(国家古籍保护中心)等收藏单位第七次联合发布古籍数字资源,6700 多部(件)古籍在云端与读者见面。近年来,一批又一批中华古籍借助数字技术加速开放共享,让更多人有机会具象化地了解“典籍里的中国”。

点评:进入数字化时代,古籍的保护修复、活化利用、普及传播,都产生了新的变化,但古籍中蕴含的思想观念、生活情感,能穿过岁月长河,与当代人产生心灵共振。顺应时代发展趋势,发挥数字化技术的优势,深入挖掘古籍的当代价值,就能把祖国宝贵的文化遗产保护好、传承好、发展好,让它们被更多人看见、被更多人喜欢,以蓬勃的生命力活在当下、走向未来。

2.长期以来,民营资本很难进入森林旅游领域。就算进入,民营企业也很难把森林公园做好。广东观音山国家森林公园从一座荒山变成市级森林公园,再成为国家级森林公园和国家 4A 级景区。经过 23 年的努力,尽管观音山国家森林公园的发展一波三折,但总算为民营资本进入国家森林公园领域提供了一个有着积极意义的样本。业内专家表示,观音山存活模式复制可以期待。

点评:观音山的成功经验,值得借鉴复制,但并非能够轻松复制。不管是民营资本还是国有资本,都要能与时俱进,不能再陷入“门票依赖症”中,要能发展全域旅游,推动文旅深度融合。另外,地方政府也要鼓励与支持民营资本进入旅游业尤其是森林旅游领域,扫清阻碍民营资本进入及运营的绊脚石。通过民营资本的有效进入更好盘活林业资源、旅游资源,推动森林旅游发展,提升旅游发展质量,这也有利于全力推动“绿水青山”向“金山银山”转变,有利于发展绿色经济,推动可持续发展。

3.春节将至,聚餐聚会日益增多。记者近日获悉,为引导全社会共同形成健康饮食习惯,上海将进一步大力推广公筷公勺使用,利用各种传播渠道广泛宣传,开展各类主题宣传活动,全面营造健康生活方式的良好氛围,人人做好自身健康的第一责任人,携手欢度健康美好的新春佳节。

点评:要加大宣传教育,要在公共场所尤其是在餐饮企业多张贴使用公筷公勺的公益广告,通过电视、网络等媒体平台进行宣传,通过在地铁、公交车站、火车站等公共场所张贴广告提倡使用公筷,加大卫生知识宣传。还要从娃娃抓起,要让卫生知识宣传进校园,让孩子们从小养成良好的生活习惯。另一方面,当使用公筷蔚然成风,才能更好保障公众“舌尖上的健康”,有助于筑起防控传染病的牢固堤坝,助力健康中国。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

畅通农产品销售过个红火年

■安 阳

一头是千家万户的餐桌,一头是亿万农民的收入。春节假期临近,农产品消费迎来一轮高峰。蔬果粮油肉等重要农产品能否稳产保供,做到既确保城市“菜篮子”拎得稳,也让农民“钱袋子”鼓起来,是一件极为重要的民生大事。

随着疫情防控措施优化调整,居民出行、线下消费等逐步增多,正常生产生活秩序和线下消费场景加快恢复,居民消费热情正在回归。帮农民把农产品卖出去、卖个好价钱,既促进消费也助农兴农,更能让农民钱袋子鼓起来、过个好年。事实上,从中央到地方,都已经推出了不少开展消费帮扶助农增收、优化农产品通行保障等政策举措。接下来,要尽快推动各项政策落实落地,确保政策红利实实在在转化为助农惠农的成效。

笔者认为,有必要强化职能部门引导作用,通过政策支持与市场运作相结合、线上平台与线下渠道相结合的方式,广泛动员各方面社会力量拓宽农产品销售渠道,解决农产品滞销卖难问题,大力营造全社会参与消费帮扶的良好氛围。这个过程中,特别是要利用好电商平台这一重要渠道。

据了解,在抖音电商“山货年货节”开展的 19 天里,6647 万单农特产登上全国年货市场,其中货架场景带动农特产销售额同比增长了 298%。活动期间,在抖音电商购买农特产的消费者数量,达到去年同期的 2.1 倍。此外,京东年货节也专门打造了“年货春运”主题会场,基于各地年货消费趋势推出“特色年货地图”。

综合施策,多渠道促进农产品产销对接,必能确保今年城市农村都过上一个安乐祥和的中国年。