

→ 察者看台

量化公示,促进餐饮业“量质并举”

■戴先任

春节期间,国内热门景点餐饮短斤少两、高价宰客事件频频登上热搜。1月28日,一位网友发布的牛肉面量化公示牌的照片,让山西一景区成为“一股清流”。1月29日,该景区工作人员告诉极目新闻记者,这是景区近年开展的量化公示工作,景区内完成量化的店面已经超过60家。

在一些旅游景区,当地商家欺客宰客,对游客进行消费欺诈,这样的现象已是屡见不鲜。就在日前,“北海用餐4个菜1500元”事件就引发网友热议……这些欺客宰客事件在当时引发舆论广泛关注,事后也仍让人记忆犹新。

山西忻州古城景区近年来开展量化公示工作,餐馆对于每碗牛肉面的重量、配料等都要进行公示。如此认真明码标价,也被一些

网友称赞为旅游界的一股清流。如此认真细致的量化公示,与一些欺客宰客的景区商家形成了鲜明反差。如果商家能够做好明码标价,“天价大虾”“天价牛肉面”等欺客宰客行为也能够避免。

现在大部分商家对于菜品价格都能做到基本的明码标价,比如一碗牛肉面多少钱,一碗蛋炒饭多少钱等等,一般都会在店面醒目处标注清楚。但很少有商家会对菜肴的重量进行明确公示,菜品重量多少,往往凭厨师的经验和感觉来下料,没有明确的标准,而一些无良商家也是借此欺客宰客。比如虽然菜品的价格并不高,但如果量太少,也算是一种变相的价格欺诈。如就在今年春节期间,西安有游客爆料回民街一碗面20元钱,碗里只有6根面。一碗面20块钱,看去也并不算太贵,但仅仅只有

6根面,也可以算得上“天价面”了。

忻州古城景区开展量化公示工作,倒逼商家对菜品进行量化,消费者如果不放心,还可以进行复秤。公示牌下方就是投诉电话,随时可以投诉。这就让商家失去了在菜品重量上“动手脚”的机会,能够防范无良商家“缺斤少两”。这样的菜肴量化管理,也有利于商家进行标准化作业,从而提升餐饮质量。

忻州古城景区开展的量化公示工作,不仅值得各景区借鉴与推广,也值得其他地方借鉴。引导与鼓励餐饮企业进行量化公示,有利于防范一些景区欺客宰客、消费欺诈的乱象,也有利于进一步推动餐饮消费透明化,让消费者能够放心消费,也能推动餐饮企业的标准化管理,促进餐饮业“量质并举”,有利于餐饮行业健康发展。

→ 新闻漫话

给无人机设置好“法治导航”

近日,“游客在公园用板凳将低飞无人机拍在地上”一事引发热议。不少网友称,公园是人流密集场所,还有很多老人、小孩,无人机低飞容易伤到人,拍摄还可能侵犯他人隐私。记者在调查中发现,除了侵犯他人隐私外,无人机在使用过程中还可能产生扰民、伤人、在禁飞区“黑飞”等问题。多位受访专家表示,要进一步建立完善相关法律制度,探索建立无人机使用申报、禁止事项清单、“黑名单”等机制,依法规范无人机使用。

无人机早已飞入寻常百姓家,而无人机“乱飞”引发的偷拍、扰民、伤人甚至危害公共安全等社会问题也日益凸显。针对无人机的种种乱象,进一步完善相关法律法规,健全

监管机制,升级监管措施,显得尤为必要和迫切。

无人机“乱飞”,还可能伴随着偷窥、偷拍等行为,涉嫌侵犯他人的隐私权、肖像权、个人信息权等权益,可能对民众的人身财产安全乃至公共安全造成危害,可能扰乱国家机关、企事业单位的办公秩序,可能妨碍民用、军事航空器的正常飞行。

在法治社会,无人机必须在法治空间内规范飞行。依法规范无人机飞行和管理行为,治理无人机“乱飞”问题,符合监管需求,符合无人机市场健康发展的需求,也符合玩家安全操作、降低风险的需求。

用完善的法律规范给无人机设置好“法治导航”,插上“法治翅膀”,让监管部门、商家和玩家有法可依,有路可



循,看清责任,心中有数,有助于全面精准治理无人机飞行操作乱象,提升无人机飞行的规范性、安全性,保护相关各方合法权益,维护社会秩序。期待着相关部门加快立法进程,把无人机全部导入法治空间。

→ 有话就说

警惕年后“招工坑”

■郭元鹏



春节假期结束,有的人开始“原单位返岗”,有的人开始“求职换岗”。

与此相应,各种招工信息潮水般涌来,其中也出现了一些“坑”。“月入过万”“高薪日结”等颇具诱惑性的广告语背后很可能是精心设计的圈套。据了解,无论线上还是线

下,都存在着黑中介的可能性。这些黑中介往往收取高额中介费,却找借口

拖延或直接不履行合同。某些招聘公司实为“培训机构”,他们以“面试”为幌子,发布虚假招聘信息,诱导求职者报名参加上岗培训,并要求缴纳高额培训费;有些公司看上去很正规,却干着非法集资、传销,甚至诈骗等违法犯罪的勾当,求职者一不小心就掉进“坑”里。

因此,求职者务必在求职应聘中保持警惕,认真甄别防范,不可偏听偏信,被所谓的“好工作”迷惑了眼睛。当然,铲除“招工坑”,更有赖于监管部门和相关平台的作为。因为,面对铺天盖地、真假难辨的招工信息,普通求职者

往往处于一种信息不对称的弱势地位。

对此,监管部门要主动作为,尤其要加强对平台的监管。各类求职招工平台在用工和求职之间架起了桥梁,但是追逐利益的冲动也有可能让他们放松放任虚假招工信息的传播。所以,监管部门在要求平台自律的同时,要对各种求职信息进行梳理核实,尤其需要对那些号称“高回报”“高薪酬”的信息进行排查梳理,确保网络平台发布信息的真实性。与此同时,加大综合执法力度,对放任虚假信息传播的平台予以严厉惩处,让坑蒙拐骗的中介机构没有骗人的机会,从而有力维护求职者的利益。

世相浅见

1.近年来,随着短视频行业的快速发展,直播带货成为一种新兴的购物方式走进千家万户,随之而来的却是不断被曝出的“翻车”事件。人们不禁要问:在直播带货过程中,商家提供的产品或服务出现质量问题造成消费者人身、财产受到损害的,消费者当然有权要求商家赔偿,那主播是否也应当对消费者负责呢?

点评:针对直播带货“翻车”的一些侵权情形,主播责无旁贷,推无可推,逃无可逃,消费者也应心中有数,据理力争,依托法律路径积极维权。只有厘清直播带货的“翻车”责任,让主播付出对应的法律代价,才能倒逼主播增强法律意识、自律意识,绷紧日常带货责任之弦。同时,电商平台、短视频平台等应履行好主体责任,加强对主播以及商家的监督管理,监管部门也应不断健全监管机制,强化监管效能,全面治理直播带货违法侵权问题,为消费者营造诚信、公平、健康的直播带货环境,当好维权后盾。

2.1月29日,扬州五彩世界商场设置女性专属车位引发争议,有网友认为有歧视女性的嫌疑。商场工作人员表示,车位存在很久,空间稍微大些方便停车,不是只有女士可以用。

点评:现在“她经济”崛起,女性消费者成了消费的“主力军”,一些商家设置“女性专属车位”“女性专用泳道”,本意或也有“讨好”女性消费者这一大“金主”的考虑,也是为了吸引眼球的一种营销策略,但岂料马屁拍在了马腿上,招致歧视女性的非议。对于商家来说,要能吸引消费者,更应该在品质、服务质量等方面下功夫,而要少玩噱头。对公共场所管理者、城市管理者来说,提供管理与服务要能找准“痛点”,避免管理与服务“跑偏”。要能真正提升服务质量,才能收获更广大服务对象的肯定。这考验的是服务者的服务智慧与精细化管理能力。

3.临近元宵节,“太原老鼠窟元宵”又成了热搜常客,尽管还有几天才到正月十五,但钟楼街的老鼠窟店铺已经排起了长队,长到来回弯折数道,长到想买到元宵,排队最少一小时。这样的景象不止今年,是年年可见。为何百年老店今天依然受热捧?各种原因值得深究。

点评:笔者看来,老字号是民族商业文化的精髓,具有深厚的历史文化底蕴。老字号品牌的传承,离不开其顶尖技艺、祖传秘方、独特风味、卓越品质,在此基础上,才能立足。此外还要推动其创新发展。比如老鼠窟元宵的店面,在钟楼街这样一条特色步行街的中间位置,门外还有铜塑,文化味、复古味都和城门、古街相得益彰,此外,产品也更加丰富多样,如此,对于老字号提升品牌价值,留住思乡记忆,传承城市荣光都意义非凡。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

文化市场回暖升温
折射经济活力满满

■燕 陆

电影院里,类型丰富的影片吸引不少观众;剧场剧院中,音乐会、歌舞剧等颇受欢迎;文化展馆中,各个展区人头攒动;景区景点里,非遗展览和体验新鲜感满满。刚刚过去的新春佳节,纷至沓来的“精神食粮”走近千家万户,精彩绝伦的“文化大餐”收获观众众多,折射出文化市场的强劲活力,也反映出春节经济的蓬勃兴旺。

红火的文化年,不仅仅在线下。电影《流浪地球2》官方授权模型周边的众筹金额原定为10万元,项目上线仅一分钟就达到目标,现已破亿;南京夫子庙东牌楼花灯市场气氛红火,在多个社交平台、电商平台的异地订单更是翻倍增长。从一个个细节案例中不难发现,实体文化市场明显回暖的同时,线上文化消费也不断升温。

文化市场回暖升温,直接的原因是疫情防控进入新阶段。随着更好统筹疫情防控和经济社会发展,流动的中国更添几分“烟火气”,文化消费需求也得以充分释放。与此同时,文化市场里各方主体的精心策划、精彩创意、充分供给,营造了产品多、人气足、市场暖、消费热的良好氛围,带动节日经济更加红火。文化的韵味叠加上时代的脉动,传统的底色添加了现代的笔墨,共同推动新春佳节更添文化味道,有力促进文化市场供需两旺,这样的双向奔赴令人欣慰。

吉兔呈祥,奋跃而上。春节文化市场“开门红”,令人心生振奋,也催促我们继续为全年的“满堂彩”继续奋进。新的一年刚刚开始,我们期待看到、听到、体验到更丰富更优质的文化产品,也期待神州大地处处焕发文化新气象,让活力满满的文化消费助力中国经济再上层楼。