

投诉信息公示助力放心消费

■张淳艺

信息不对称一直是消费者维权难的重要原因,也是制约居民扩大消费的痛点之一。为加快建设全国统一大市场、优化消费环境,国家市场监督管理总局近日对外公布了《市场监督管理投诉信息公示暂行规则》,同时上线全国 12315 消费投诉信息公示平台,从而在全国正式启动消费投诉信息公示机制。

很多消费者都有过这样的经历,被某个商家的虚假宣传诱导“入坑”后,才发现对方的信誉度不高,提供的产品和服务货不对板,此前已有不少人上当受骗。试想一下,如果消费者能够事先获知商家以往被投诉的信息,了解商家对待消费者的态度、处理投诉的诚意、自身改进的情况,就可以为自己作出正确选择掌握更多主动权,最大限度避免“踩雷”。

消费投诉信息公示机制,就是基于这一目的而设立的。通过在平台晒出消费者投诉、投诉纠纷解决

情况等实时大数据,从而消除信息不对称,让消费变得明明白白。消费投诉信息公示,有点类似于电商平台的消费者评价,可以为消费决策提供参考。但有别于消费者评价容易被人为编造、擅自删除,消费投诉信息公示则是由市场监管部门“官方背书”,能够充分保障信息的真实、客观、公正。

此次我国全面启动消费投诉信息公示机制,对于优化消费环境,助力放心消费具有重要意义。首先,有助于保障消费者的知情权和选择权。《消费者权益保护法》明确规定:消费者享有知其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。通过消费投诉信息公示机制,把之前分散、封闭的投诉信息放在同一平台公开,能够更好地保障消费者知情权和选择权,引导广大消费者科学理性消费,规避购物陷阱和消费风险。

其次,有助于推动消费纠纷有效化解。过去面对消费者投诉,一些商家往往摆出“死猪不怕开水烫”的架势,

对于消费者的合理诉求敷衍塞责,对于有关部门的调解置若罔闻。如今不同了,消费投诉信息公示,晒出了商家的“家丑”,倒逼商家化压力为动力,主动与消费者和解,配合有关部门调解,及时把消费纠纷化解在源头和萌芽状态。公示平台还设有专门的“企业服务”模块,可以通过 12315 数据赋能引导商家规范和改进经营行为,提升消费纠纷的处理和预防能力。

此外,有助于引导经营者依法诚信经营。“买家没有卖家精”。有的商家之所以敢忽悠欺骗消费者,就是利用信息不对称,享受“一锤子买卖”的暴利。随着消费投诉信息公示机制的全面启动,经营者“割韭菜”的伎俩再也玩不转了。对于投诉量居高不下、和解率低的商家,消费者自然会选择用脚投票。这必然会对市场环境产生深远影响,形成“良币驱逐劣币”的正向激励,引导广大经营者公平竞争、诚信经营,维护消费者合法权益。

“限时限次如厕”侵犯劳动者合法权益

■丁家发

近日,有网民发布视频称,位于江苏无锡的一家企业只允许员工在上午和下午规定的 10 分钟时间内上厕所,否则会被处罚。视频发布者称,有人因此被开除。12 月 14 日,涉事企业工作人员否认有此规定。无锡市新吴区劳动监察大队回应称,经调查得知企业没有这种规定,只是要求员工在离开岗位上厕所时要向主管打个招呼。

不可否认,有个别员工上班期间喜欢偷懒,常常借上厕所之机“摸鱼”,导致工作效率低下。但是,对如厕时间、次数进行限制,则不太说得过去,特别是遇到一些特殊情况,限制如厕的时间,更是强人所难。可见,“限时限次如厕”显然不切合实际,也缺乏人性化。



际,也缺乏人性化。

我国《劳动法》第三条规定,劳动者具有“获得劳动安全卫生保护的权利”。“限时限次如厕”规定,既是对员工必要劳动卫生条件的剥夺,也是对员工基本权利的侵犯。此举不仅于法无据,还涉嫌违反劳动法规。如果企业对超过如厕时间、次数的员工进行罚款等处

罚,或作出开除处理,则是毫无法律依据的企业“私法”。因此,因上厕所“方便”的原因而被罚款或克扣工资,甚至遭非法解除劳动合同的,广大员工可以抵制和维权。当然,无锡这家企业应当反思,即便企业没有这种规定,但也存在车间主管私自规定的可能性,应当以“有则改之无则加勉”的态度进行排查。

总之,用人单位制定内部规章制度或劳动纪律,要多从人性化的角度来考虑,不能脱离实际和矫枉过正,不能以损害员工的合法权益为代价。如果有类似“限时限次如厕”等不合理、不合法的规章制度,应当尽快予以纠正。

破解“儿科医生荒”,提升获得感是关键

■付 彪

“带孩子看病,好几家医院的号都挂不上,好不容易抢到一个中医院儿科的号,排了老长的队,却住不进医院,没有床位……”近日,宝妈李女士带娃治病期间,切实体验了儿科“春运式”看病。近期,多种呼吸系统疾病持续高发,多地儿科就诊量激增,让儿科诊疗资源匮乏尤其是医生紧缺问题再次成为社会关注热点。

为解决儿科诊疗资源匮乏、儿科医生长期紧缺的问题,近年来,国家从引导高校新增儿科学专业布点、推动薪酬待遇政策向儿科医务人员倾斜等方面发力,但收效并未尽如人意,需要再加把劲。

数据显示,儿科医师日均承担

的门诊人次是其他医师工作量的 2.4 倍。与成人患者不同,儿童就诊沟通难、问诊难、吃药难、诊治难。更重要的是,除了工作难度和强度更高,儿科医生的薪酬待遇相比其他科室偏低。不得不说,“儿科医生荒”是多种因素叠加而成。

据报道,2016 年教育部重启儿科学本科招生,并将儿科学教育前移,设定到 2020 年每省(区、市)至少有 1 所高校举办儿科学本科层次专业教育的目标。不过,破解“儿科医生荒”,不能仅寄望增加本科招生,更重要的是改善儿科从医环境,这样才能让更多有志于儿科的医疗人才加入。换言之,要想让更多医学生选择儿科、医生愿意留在儿科,关键是提升儿科医生的薪酬



待遇、社会地位,增强儿科医生的职业获得感。

同时,还应从源头加强儿科医生培养的制度建设,医学院校要扩大招收规模,医院要有完善的培养机制,给予儿科发展更多政策倾斜、给予儿科医生更多人文关怀。只有各方共同发力、综合施策,才能尽快破解儿科医生紧缺难题。

世相浅见

1.近日,随着全国大范围降温,多个地区迎来了入冬以来的第一场雪。银装素裹虽美,却也给人们的出行带来了诸多不便。在这样的背景下,外卖服务成了许多居民的首选。然而雪天路滑给外卖员骑行带来了安全隐患,“下雪天你会订外卖吗”成了公众热议的话题。

点评:“你们不订外卖,我上哪挣钱去啊?”一名外卖小哥这样说道。其实,“雪天点外卖与否”这个问题并非简单的黑白选择,问题背后是骑手安全与收入的平衡难题。因此,要解决好这个问题,还需要考虑消费者的便利、外卖员的安全与生计、平台的责任与义务等多方面因素。作为消费者,我们应该在理解和尊重骑手的前提下,根据实际情况和自身需求来做出决策。在雪天等恶劣天气条件下,我们可以尽量减少不必要的点餐,减轻骑手的工作负担和风险。同时,平台也应该为骑手提供更好的工作环境和福利待遇,让他们能够更好地为消费者服务。

2.据报道,近日,一男子在广州地铁车厢用手机观看不雅视频,目击者称其被带走,广州地铁警方已介入调查。面对记者采访,当地警方回应,违法要看达到什么程度,可能会罚款、批评教育。

点评:男子被警方查处,原因在于其未能把握个人言行在公共区域的权利边界,行使权利“越界”了。或许其认为观看不雅视频,是个人的自由权利,不给别人看,就无需担责;别人自愿观看不雅视频,与己无关。然而,一个人的言行在公共区域或场所里存在权利边界,不能侵犯社会、他人的利益,否则,不道德甚至违法,可能遭受法律制裁。此次事件中,男子被警方查处,在于其在车厢观看不雅视频有一定传播性,会对其他乘客构成不良诱导,危害公共管理秩序。

3.“同学你好,为保障你合理膳食,学校已将考研补贴打入卡中……”12 月 17 日 2024 年全国硕士研究生招生考试进入倒计时,一则“吉林大学为千名考研贫困生悄悄打钱”的消息,引发广泛关注。

点评:“不动声色的资助”很暖心,但这种悄然无声背后,更要做到精准识别,做到“有衣送寒人,有饭送饥人”。这需要学校做更多细致、扎实的工作。为“悄悄给贫困生打钱”叫好的同时,保证相关举措的公平公正性也很重要。毕竟,此前也发生过高校特困生购买知名电子产品“四件套”、看千元演唱会,贫困生实名举报助学金分配不公等情况。期待更多高校在关心、爱护、资助学生方面,越来越人性化、精细化,让相关工作更贴心、温暖。

综合新华网、人民网

关爱“银发族” 做好“暖科普”

■钱一彬

一个社会幸福不幸福,很重要的是看老年人幸福不幸福。关爱“银发族”,让老年人的幸福生活更有保障,离不开科普的力量。如今,各类面向“银发族”的科普活动层出不穷,助力老年人提升科学素养、享受健康生活。

前段时间,复旦大学附属华山医院和上海戏剧学院联合打造的老年健康科普短剧《康阿姨和她的老邻居们》中,健康科普的说教味淡了、趣味性浓了。本色出演的医护人员借层层递进的情节点破误区、讲解知识,深入浅出又寓教于乐。类似这样的“暖科普”短剧的创新科普服务,老年人愿意看、生活中用得上,彰显了科普的温度。

这也提示我们,丰盛的科普“大餐”不仅要“合胃口”,也要“易消化”。语言通俗易懂、形式生动活泼、渠道触手可及,少一些说教、多一些对话,传播严谨科学知识的科普讲解也可以做到妙趣横生、喜闻乐见。

提升科普的温度、让科普知识和技能入脑入心,关键还要满足老年人的现实需求,实现“老之所需有所应”。“喝骨头汤到底能不能补钙?”“土鸡蛋是不是更有营养?”现实中,老年人对健康提醒和保健提示类资讯有着更明显的偏好,期待获取更多专业权威的信息和细致深入的讲解。针对这一需求,期待越来越多来自专业医疗机构的医护人员通过参与编制漫画科普指南或录制短视频,为老年人答疑解惑。

科普是提升全民科学素养的重要手段,是全社会的共同事业。下一步,要凝聚合力,不断提升科普的精度和温度,更好满足老年人的健康科普需要。要做好“暖科普”,推动形成健康文明的生活风尚,才能让“银发族”安享健康、快乐的晚年生活。