

“网购受宠”更应推高“质保自律”

□司马童

一进入11月,空气中“买买买”的亢奋气息愈加浓厚。根据日前国家统计局发布的《2015中国网购用户调查报告》,2014年网购用户线上消费的78%是对传统线下消费的替代,超八成用户对网购体验表示满意。媒体梳理了50份网购纠纷裁判文书,“产品不符合标准”成为近四成剁手族与卖家对簿公堂的主因。(11月10日《南方都市报》)

网购“买买买”,除了谨防“骗骗骗”,更多消费者担忧的还是质量“差差差”。所以,尽管相关调查显示,有将近5成的消费者表示还要增加网购比重,但也必须把“超七成消费者曾遇到商品质量问题”视作心腹大患。一言以概之,“网购受宠”也莫高枕无忧,着眼长远更应推高“质保自律”。

看起来,“网购受宠”绝非一日之功,为保消费者能够买到称心如意的商品,相关的法律法规正撑成一把日趋严密的“保护伞”。譬如,《消费者权益保护法》不仅明确规定,消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿;而且,还赋予了网购消费者“无理由退货权”,即经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由。

网店出售假冒伪劣的商品,不仅要面对法治的打压,在服务平台的具体监管中,还有消费投诉及给予“差评”等的形象丢分。但正所谓“鱼龙混杂,泥沙俱下”,随着网商从业者的日益增多,浑水摸鱼和铤而走险者难免存在。这就说明了,要维护“网购受宠”的良好发展态势,还必须建立健全一种“人人出力,互相监督”的行业自律机制。否则的话,“一颗老鼠屎”或许未必能马上坏了“一锅粥”,却会使“网购受宠”渐渐变得“基础不牢”,乃至走向“地动山摇”。

一年一度的“双11”狂欢节又拉开帷幕,以往的记忆提醒人们,有些商家或会借机大肆以次充好,甚至把各种积压商品“打包”其中坑害消费者。那么,可否从今年开始,大张旗鼓地推高保质保誉的“行业自律”,通过严格的监管和公平的评判,到点名道姓地晒一些“害群之马”,并取消其下一年度的“狂欢资格”?

时事乱炖 | SHI SHI LUAN DUN

银行半夜转走储户的钱,与偷盗何异?

□朱忠保

余姚股民朱女士做梦也没想到,证券账户内83万元的余额居然会突然不见,而拿走这笔钱的不是别人,正是证券账户绑定银行卡的开户行。虽然钱后来又转回来了,但这一来一去,朱女士不仅错过了股票的最佳买入点,更对资金账户的安全性产生了严重的怀疑。朱女士质疑,“半夜偷偷就把我的钱给划走了,这不是偷吗?”朱女士非常气愤,银行居然最终给出的回复是不可抗力。(11月10日《现代金报》)

大家之所以愿意把自己的钱存进银行,其中一大原因就是为安全。如果客户的钱存进银行都不安全了,那么公众的钱放到哪里才安全呢?可现在,银行半夜把储户的钱偷偷转走了,导致储户无法使用自己的钱,这不算偷算什么?虽然储户的钱最后又莫名其妙地转回来了,可却错过了买入股票的最佳时机,由此导致的损失,难道不应该由银行负责吗?

事情发生后,朱女士告诉记者,一开始银行还向她道歉,称这样做是为了她的资金收益,可以有比活期更高的利息,而且也按照合同规定将610元的收益打进了账户,希望得到谅解。原来,银行不经朱女士同意,半夜偷偷转走朱女士的钱,利用她的资金进行其他交易,利用她的钱赚钱。但当她提出赔偿要求后,银行却表示这个属于不可抗力,是系统出了问题导致的。就算是系统出现问题,难道不是你银行的责任,而要储户负责吗?

近年来,储户的钱莫名其妙地从银行“失踪”,储户却不知情,这样的事情还少吗?银行系统当然可能出现,但从已经公开的事件来看,无一不因“内鬼”配合。若无“内鬼”操作,储户存在银行的钱就不可能莫名其妙地“失踪”,所谓系统故障是说不过去的。有律师称,证券交易保证金账户内的资金属于个人财产,未经授权,任何个人和机构都没有权利处置。按照协议,银行只能在规定时间内,将证券账户里的钱,转到个人的银行账户内,如果银行将钱转到了其他账户,那么除了违约之外,还存在严重侵权行为。



“家”贼难防 王恒/漫画

微声音 | WEI SHENG YIN

智商好像不够用?
原来是吃了太多它们

记忆力下降、反应迟钝、注意力不集中……你知道吗?生活中一些食物会引起或加重这些症状。①糖:甜食、甜饮料 ②盐:咸菜、火腿、方便面 ③铅:松花蛋、爆米花 ④铝:油条、麻花 ⑤反式脂肪:蛋黄派、珍珠奶茶……“拉低”你智商的食物,尽量少吃。

@生命时报

吸毒释压,莫大笑话

近年,艺人涉毒频频曝光。一些人自称“压力大,借吸毒减压。”陈道明发问:难道只有你有压力?你压力有老百姓大吗?演员,比普通老百姓挣得多、社会关注度高,要非说有压力,也是在名利场想出名、想风光的压力。非把吸毒归咎为压力过大,只能是苍白借口而已。别再为堕落寻找托辞,艺人应该珍惜有限的艺术人生,多出精品,才能不负大众期待。

@人民日报

非常道 | FEI CHANG DAO

广东退休高官:
我这么大的官,你们查的那些都不叫事

未向组织报告擅自出国,以身体有病为由长达1年多不归,在省纪委宣布对其立案调查后,拒不配合组织调查……最新一期《广东党风》杂志刊登广东省国资委原主任刘富才案,披露除“外逃”情节外,刘富才还存在长期占用下属企业车辆归个人使用、在本单位和下属企业报销应由个人及亲属支付的费用等违反廉洁自律的问题。

之所以如此强硬,他是有自己想法的:我当这么大的官,你们要调查的那些事都不叫事;要查,每个人都有事,比我事大的也有,纪委该先查他们才是。

时事乱炖 | SHI SHI LUAN DUN

“疯抢马桶盖” 折射双重消费困境

□汪昌莲

中国制造能让高铁飞驰、蛟龙入海、玉兔登月,中国技工能够在世界技能大赛中披金摘银,却为何难以造出一支好用的圆珠笔、一个国人在海外疯抢的马桶盖?人社部副部长汤涛认为,“圆珠笔不好用”背后还是技能人才的培养问题。(11月10日《中国经济周刊》)

客观地讲,中国消费者在海外疯抢马桶盖、书包、圆珠笔等,也不全是这些国产货“不好用”,而首先是消费心态出现了偏差,存在“崇洋媚外”心理,总认为“外国的月亮比中国的圆”。比如,国内消费者从日本抢回的马桶盖,原本是中国杭州生产的。问题是,一些消费者,明知道从日本抢回的马桶盖,并不是正宗日货,而是地地道道的“中国制造”,却仍然乐此不疲,这显然是一种病态的消费心理。

不可否认,除了国人消费心态出现了偏差之外,“中国制造”在许多方面,确实技不如人,才是国人在海外疯抢马桶盖,消费大量外流的主要诱因。比如,中国堪称“衣被天下”,却缺少驰名中外的纺织品品牌,导致一些消费者舍近求远,去国外“抢袜子”等纺织品品牌。可见,国人疯抢洋品牌,折射出了双重消费困境:“中国制造”技不如人,部分国人沉醉于“崇洋媚外”的消费文化。

换言之,若想遏制疯抢洋品牌、消费外流现象,首先应正确引导国人消费,培植积极健康的消费文化。国人消费,不单是取决于年龄和收入,而是取决于“消费心理”。国人消费的根基,在于消费文化,而不单是产品本身。在中国,更多的消费品是用于礼仪和社交,其最大的市场消费力就来自于社交心理,这恰恰也让很多人在境外购物和在境内购物有着不同的消费心理。因此,要引导国内的消费者摒弃“消费洋品牌就是时尚”的狭隘消费观,为国人正言顺地消费国产品牌,营造宽松和谐的文化环境。

世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

网上外卖 应该具有“可溯性”

□刘昌海

近期,深圳市市场稽查局查处了多家在网络平台售卖食品的非营业商家,并对“饿了么”“美团外卖”“大众点评”“淘点点(口碑外卖)”进行立案调查。从10月1日起,新实施的食品安全法明确规定,网络食品交易第三方平台应当对入网食品经营者进行实名登记,对未取得许可证的还应当审查其许可证。记者调查发现,一些网络外卖平台存在审核不严的情况,致使无证餐厅在平台上“畅通无阻”。(11月10日新华网)

外卖平台发展的餐企越多,提成就越多,收益就越大,当然会“萝卜快了不洗泥”,放宽审核的标准。所以,把对外卖餐企进行审查的责任都压在这些外卖网络平台身上,恐怕不能完全保障我们“舌尖上的安全”。

其实如果我们采取产品质量追溯制度,要求所有外卖都有标准的包装,上面印有商家和产品的标识码,做到让每一份外卖都能追溯到餐企的厨房,就可以将那些“三无”餐企拒之门外。这样做的好处至少有二:

一是便于顾客验证。顾客收到外卖之后,可以根据上面的信息到政府部门网站去查询经营者的工商登记信息,甚至可以亲身去看一下餐企的经营情况。

二是便于政府部门监督。相对于传统的上门检查,对外卖餐企的监督,有关部门完全可以采取“钓鱼执法”的方式:先从外卖平台订餐,然后再根据上面的信息回溯检查,如果包装上的信息存在造假,或者通过检查发现商家的资质存在问题,就可以对外卖平台和商家进行处罚。

事实证明,产品质量追溯体系是保证产品质量的有效办法之一。

互联网上的经营活动确实有监管不易的一面,但网络技术同时也给监管带来了便利。不管是顾客还是监管部门,点点鼠标就可以知道所订外卖的来源,让外卖送上门来进行检查,这也不是坏事。一招“外卖可溯”,完全可以把不合格的餐企淘汰出去,让在线外卖食品的安全得到有效保障。