

非  
常道国家发改委:将进一步充实  
完善稳定和扩大居民消费政策预案

国家发改委就业司副司长常铁威表示,下一步,将立足国内,着眼满足人民日益增长的美好生活需要,统筹消费增效、投资加力和民生改善,积极会同有关部门进一步充实完善稳定和扩大居民消费的政策预案。既要保障吃穿用行基本消费,重振文化旅游和餐饮消费,把被冻结被抑制的消费释放出来,稳住传统消费和实物消费,又要培育升级新型消费,扩容提质服务消费,全面推广健康消费,把疫情期间催生壮大的以网络消费为代表的新消费潜力、动能释放出来,使消费回补和扩大增量有机结合,不断拓展消费新的增长点。 @中国证券报

微  
声音什么样的枕头适合你?  
根据睡姿来调整

枕头最主要的作用不是“枕”头,而是保持人体在睡眠时对颈部的支撑。不同睡姿对应的枕头高度也不一样:爱仰卧的人,枕高应与自己的拳头高度大致保持相似;爱侧卧的人,枕头应比一拳的高度略高些;如果你习惯趴着睡,应该选薄一点的枕头。 @生命时报

热  
点冷评明确7种情况不用戴口罩  
让科学防疫更精准

□ 周家和

3月16日,安徽省新冠肺炎疫情防控应急综合指挥部办公室印发《低风险地区社会公众口罩使用指南》。根据分区分级差异化管理有关要求,结合对新型冠状病毒肺炎的认识,明确13种情形需要戴口罩;7种情况不用戴口罩。(3月17日《市场星报》)

疫情防控阻击战打响以来,口罩成为全民最普遍、最有效的防疫用品之一,为确保抗疫一线医务人员的急需和全民防疫需求,许多企业提前复工复产,加班加点生产,甚至不少企业临时转产改为生产口罩。可有些地方、单位和人员,没有掌握科学防疫知识,不管什么情况,也不分高风险地区还是低风险地区,强制性一律要求戴口罩,其害处不只是对有限防疫资源的浪费,更是“草木皆兵”,有害心理健康。

安徽出台的《低风险地区社会公众口罩使用指南》,好就好在明确13种情形需要戴口罩的同时,明确7种情况可不用戴口罩。从某种意义上来说,也是一种根据实际情况因“疫”而异的实事求是科学防疫的举措。长期、长时间戴口罩毕竟会有压痕、皮肤过敏、胸闷等“副作用”,老年人或体弱者更为明显。为自己为他人健康,该戴必须戴,不能含糊。若可不戴时,尽量不戴。

比如在低风险地区个人独处、开车时;独自在室外空旷且人员稀少地区等,就完全可以不戴口罩。这绝不是对疫情防控的放松和降低了警惕性,而是一种更精准的科学防疫态度。再比如对7种情况之一的“年龄极小的婴幼儿”,明确不能戴口罩。这就是出于对小生命的科学关爱,否则极易引起窒息,危及生命。可见不是什么人,什么情况下都需戴口罩的。

疫情防控期间明确哪些情况必须戴口罩,哪些情况允许不戴口罩,除科学精准指导公众做好自我防护,也可让一些地方的防控工作人员有章可循,减少一些不必要的,如独自一人驾私家车出行没戴口罩,该不该处罚类的口舌之争。《低风险地区社会公众口罩使用指南》,无疑有利于低风险地区加快复工复产的步伐,助推早日恢复社会正常秩序。

无接触配送领域团体标准  
具有深远意义

□ 杨玉龙

《无接触配送服务规范》近日正式实施。消费者可在下单前备注选择“无接触配送”,指定商品放置位置;而

快递、外卖的配送员则宜在商品送达后,拍摄包含商品并能明确商品位置信息的图片发给消费者。若无接触配送的商品损坏、丢失、错送,平台宜主动协调解决赔偿问题。(3月17日《北京日报》)

据了解,所谓“无接触配送”,就是快递、外卖等网约配送员,经过与消费者沟通,将商品放置到指定位置,由消费者自行领取,以此最大限度减少人员直接接触的一种配送方式。1月26日,美团外卖率先推出“无接触配送”服务,并火速将该服务覆盖全国。无接触配送服务不仅是企业服务的精细化体现,也能够让消费者实现放心消费。

借助媒体表述,《无接触配送服务规范》团体标准的正式发布实施,将为电子商务平台、配送及餐饮企业提供翔实可遵循的无接触配送

服务模式,为国内广大消费者的安全消费提供了重要保障。比如,《规范》从未语定义、平台信息服务能力、服务流程、服务质量控制等方面界定了外卖平台推行“无接触配送”过程中的操作规范。

同时,值得称道的是,伴随着由美团发起、中国贸促会商业行业委员会立项的《无接触配送服务规范》团体标准正式发布实施,填补了国内业界的空白。

当然,有了规范和标准,相应的监管措施也不能缺失。《规范》要求,平台应监控配送员情况、每日订单完成情况、突发异常数据、监控项目执行情况以及监控风险控制数据、核心指标完成情况等。这就需要平台做好自我监管。同样,对于外部监管而言,也亟待政府相关职能部门重视起来,唯有如此才能将无接触配送服务做实做好。

《无接触配送服务规范》的实施必然会产生深远影响。诚如媒体报道,这既体现了消费方式变革对服务方式变革的推动,也将促进整个配送行业运营模式的改变,同时为其他行业探索开展“无接触服务+”提供了有益的参考。

时  
事乱炖

## 自动续费“挖坑”是种“消费欺诈”

□ 叶金福

看到自己苹果手机应用市场有一个测分贝的APP免费试用三天,孟先生就下载使用了,使用完毕后当晚就将这个APP卸载。直到3月份,孟先生才发现自己已经连续两个月被扣费了。像孟先生这样“被自动续费”,不少消费者都遇到过,在如今手机应用付费市场火爆发展的当下,手机APP自动续费的“坑”让很多用户防不胜防。(3月17日《半岛都市报》)

眼下,消费者利用APP付费方式购买服务的现象越来越普遍,但一些不良经营者为了达到“服务延续”的目的,竟采取“自动续费”的“套路”和“陷阱”,既让消费者“欲罢不能”,又无形中严重损害了消费者的合法权益。可以说,自动续费“挖坑”既是一种“消费侵权”,更是一种赤裸裸的“消费欺诈”。

根据《电子商务法》规定,经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。但在实际操作过程中,一些不良经营者却采取投机取巧的手法,故意采取了“最不显著”的提醒方式,使不少消费者落入了“自动续费”的套路和陷阱之中。可见,这种强行要求用户默认同意“自动续费”的做法,既侵犯消费者的知情权和



黑洞 王恒/漫画

公平交易权,又违反了市场交易最基本、最重要的诚信原则,更有违商业道德和职业道德。

因此,笔者以为,要填平自动续费的“坑”还需“多方给力”。首先,监管要到位。工商、消协、网信等部门要承担起监管的主体责任,要定期或不定期地开展一些常规检查和监督,发现问题及时制止,规避类似“自动续费”式服务的漏洞。其次,处罚要从严。对故意、恶意使用“自动续费”之类的不法行为,要采取“零容忍”的态度,要发现一起严惩一起,予以严厉打击,绝不姑息、绝不迁就,更不能视而不见、听之任之。其三,要建立“黑名单”制度。通过“黑名单”惩罚机制,让那些不良经营者“一时失信,处处受限”,使其为自己的无良行为付出“沉重的代价”,倒逼其遵规守法,切实履行契约。

安  
徽  
人  
的  
生  
活  
指  
南

新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115

总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582  
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份  
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷  
股份有限公司

安徽财经网  
www.ahcaijing.com

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



《安徽画报》微信

掌中安徽  
微信二维码掌中安徽  
APP客户端

星报官方微博