

2021年1月7日
星期四
编辑/吴承江
组版/李静
校对/陈文彪

别只是“带着口罩”却不“戴上口罩”

■ 郭元鹏

1月5日,在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上,北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组办公室副主任肖飒通报了元旦期间该市疫情防控工作监督检查中发现的典型问题:部分市场、商超、“七小门店”等落实防控措施不到位。有的测温验码执行不严格,有的落实佩戴口罩、手套等防护措施不规范,有的工作人员“带着口罩”却不“戴上口罩”。(1月6日《北京日报》)

“戴口罩”变成“带口罩”,并不是北京所特有的现象,而是成为了很多地方的一

个现象。“戴口罩”变“带口罩”有两种情况:

其一,是一些公共场所的服务人员在“带口罩”。按照有关规定,凡是从事服务行业的工作人员,比如超市,比如商场,比如小门店,比如经营“进口食品”的人,都需要“戴上口罩”,而这些群体有了侥幸心理,只是“带着口罩”,“带着口罩”是为了应付有关部门检查的,检查的来了,就把“带着口罩”变成“戴上口罩”,检查人员一走,就把“戴上口罩”变成“带着口罩”,将口罩取下来放在口袋里。

其二,是出入公共场所的市民在“带口罩”。按照规定,即便是疫情得到控制的时候,出入超市商场等人员密集场所的时候,也必须“戴上口罩”,因此,只有“戴上口罩”

才能进入这些区域。而一些市民则用“带着口罩”应对“戴上口罩”的规定,进入大门的时候,“亮一亮口罩”也就进去了,负责监督的工作人员也就睁一只眼闭一只眼了。

疫情是复杂的,需要知道的是,进入岁首年末的时候,人员流动开始稠密,这给疫情防控带来了新的考验。这个时候,需要全体公众继续养成“出门戴口罩”的习惯,这是为疫情防控贡献个人力量,何尝不是为了自己好!

别用“带着口罩”糊弄“戴上口罩”,糊弄的是别人更是自己。无论是管理部门还是市井百姓,都要把“带口罩”变成“戴口罩”。重点场所管理必须始终绷紧疫情防控这根弦。别只是“带着口罩”却不“戴上口罩”。

市场星报

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



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



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美赫律师事务所
杨静 律师
承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

时事乱炖

谨防“中奖”变“中招”

■ 杨玉龙

随着新年的到来,一些抽奖活动的确让辛劳了一年的人们体验了一把“小幸运”。然而,套路满满的“抽奖”也不少见,尤其是网络抽奖借着年关甚嚣尘上。半年免费骑行卡、百元名师课、千元代金券、600万元保险额度……在网络平台上,各种抽奖小程序和抽奖页面随处可见,“幸运女神”时常降临,大额优惠券更是“百发百中”。(1月5日《北京晚报》)

诚如媒体报道的现象,好运爆棚的背后,实际上暗藏商家的营销套路甚至陷阱。只要冲动点了“接受”就会发现:免费骑行卡是押金换来的,报名免费名师课却被电话推销骚扰,用千元代金券低价买进的竟是残次商品,点进巨额保单却被强制投保……正所谓,“中奖”不成反“中招”。

面对“中奖”变“中招”现象,个人增强防范意识是首要的。可以说,一些人之所以会上当受骗,并不见得是骗术或套路有多高明,很可能是因为受害者的贪欲所

致。于此,面对天上掉下的“馅饼”,须理智、警惕,切莫“中招”。

对“中奖”套路应加大规制力度。据悉,一些网络抽奖套路深且不易被发现,目前立案查处的抽奖案件很少。而且不少人因为受骗数额不大,维权麻烦,便自认倒霉,这也就无形中纵容了网络抽奖乱象滋生。所以,一方面受害者当积极维权,甚至可向人民法院起诉;另一方面监管部门也应持续发力,对此类行为强化规制,以净化网络经营环境。

同时,平台和商家也应加强自律。应该认识到,靠“中奖”忽悠套路消费者,终归是不诚信的表现。尤其是,即便抽奖已成商家进行销售推广的常用方式,但也应该依法且诚信。比如,有些商家直接选择在大平台上投放广告,而广告内容实际上就是抽奖页面,这显然是对消费者的愚弄,这不值得称道,更只会丑化商家形象。

当然,“中奖”套路的出现,也反映出电



中大奖 王恒漫画

子商务管理方面存在的短板。故此,市场监管部门、网络监管部门等,也应积极作为,让不法经营行为得到彻底治理,进而实现“中奖”无套路。

热点冷评

让占用公共资源的“僵尸车”付出代价

■ 潘铎印

近日,陕西西安药王洞道路上一辆车被贴了不少催缴单,经核实,该车欠费已2年多,共732笔累计55033元。车主称车已报废,本打算当废铁卖一直没空。西安市机动车停放服务中心巡查人员表示,不管车是否报废,占了停车位就要正常收费。(1月6日《新京报》)

让长期占用公共资源的“僵尸车”付出代价。公共停车位不是报废车的“久留之地”,“僵尸车”的存在,对公共资源是一种挤占与浪费,尤其是达到报废标准的车辆,长期占用公共空间,成为一种新型垃圾,影响市容市貌,也影响环境卫生。对此,管理部门头痛,市民也不待见。

解决“僵尸车”问题刻不容缓。西安的这起5万元停车费给各方都提了个醒,车主与职能部门都要对“僵尸车”负起处置的责任,解决“僵尸车”的问题,既要靠车主的主动处置,也要靠管理部门的积极作为、主动作为,不可任其一弃了之。有关部门应依法建立报废车辆强制程序报废制度,建立车辆从

登记注册到报废的全链条服务,依据车辆购买登记资料,对所有在册车辆的处理行为进行跟踪监管,及时处理停车超时的报废车辆,依法科学处置报废车辆。小区物业和停车场等应严格车辆进出管理制度,防范“僵尸车”的情况发生,让公共停车位发挥其公共价值,让其流动起来惠及车主、得到高效利用。车主们要提高自己的社会责任感,自觉处理好闲置车辆,不能为自己的一时便利损害公共利益。

“僵尸车”问题背后蕴含是城市治理的大智慧。我们的城市在日益发展,不能让“僵尸车”成为影响城市文明进步的阻碍。但目前有关“僵尸车”的治理仍存在法律缺位和空白,这给整治行动带来了一定的困难。呼吁相关部门应尽快完善法律法规,明确对“僵尸车”的界定,明晰有关执法部门的处理职责,明确管理部门的职责分工和处罚细则,为合法处置“僵尸车”提供有效支撑,从根本上整治和解决“僵尸车”这一疑难问题。

非常道

实现平台经济更加规范更有活力更高质量发展

无论什么阶段、什么业态,公平竞争都是一个行业持续发展的动力源泉。加强反垄断监管与做强做大平台经济并不矛盾,更不会扼杀互联网行业的创新基因,相反,正是对平台经济发展环境的有力保护。一枝独秀不是春,百花齐放春满园。此次反垄断调查,是提升互联网企业公平竞争意识和反垄断合规意识的契机,也是开启平台经济创新发展、有序发展、健康发展的机遇。 @人民网

微声音

手机不消毒,可能招来感冒

有人一到冬天就爱感冒,没有给手机消毒可能是不觉中招惹病菌的坏习惯之一,疫情期间更要注意。美国亚利桑那大学微生物学家研究发现,手机携带的细菌是马桶坐垫的10倍,会大大增加病毒传播的风险。建议每月用消毒湿巾或酒精棉球擦拭手机表面一次,疫情期间更应频繁消毒。 @生命时报