

首席评论

预付卡“冷静期”管理可推而广之

苑广阔

《江苏省预付卡管理办法》于4月1日起施行,将有力推动预付卡管理法治化、规范化建设,对保护消费者合法权益,规范市场秩序,防范和化解社会风险具有重要意义。值得注意的是,《管理办法》规定预付卡消费设置“冷静期”,消费者有权自付款之日起15日内无理由要求退款。(4月1日《扬子晚报》)

目前,在越来越多的市场消费领域,出现了预付卡消费模式。客观地说,这一消费模式是可以实现买卖双方共赢的,商家可以通过预付卡消费模式为自己招揽更多的消费者和“回头客”,消费者可以享受更多优惠,为自己省钱。

然而,这样一种消费模式近来却被一些商家“玩坏了”,频频招致公众的质疑与诟病,也由此引发越来越多的消费纠纷。有些不良商家,前一天还

在拼命打折让利,诱导消费者充值办卡,可第二天就关门跑路,完全就是一种蓄谋损害消费者利益的行为。有的商家,既不公示,也不征求消费者的意见,突然关闭某家店面,然后要求消费者到另外的店面去消费。找商家理论,对方却不同意退费。

如何加强对预付卡消费的市场监管,维护消费者的合法权益,成了地方政府和有关部门必须认真考虑的事情。

江苏省出台的《管理办法》,为预付卡消费设置“冷静期”,就是一个有效的管理措施。很多消费者往往是在商家的宣传、游说下冲动办卡、充值的,等到冷静下来,发现自己或许并不需要这样的消费项目,或者不应该充值这么多钱,但去找商家协商,已经很难获得退款处理。而有了15天的预付卡消费冷静期,足以让办卡充值的消费者以一种客观、理性的态度去权衡办卡的利弊,做出理性决断,维护了消费者的权益。

画里话外

流量猎场 面哥拉伤



图/王成喜

一碗拉面只卖3元,坚持15年不涨价——来自山东费县的农民程运付因此走红网络,被网友称为山东“拉面哥”。网友空前的关注也给“拉面哥”带来了烦恼,每天数百名蹭热度的主播将“拉面哥”的家围得水泄不通,直播的、跳舞的、卖货的,甚至还有“卖身葬父”“求偶示爱”等低俗行为,导致他无法出摊。(4月1日《法治日报》)

坚持诚信初心的“拉面哥”走红本是一件好事,却遭到一心只为蹭流量热度的主播们的疯狂围堵,致使生意难做。主播们的行为既有悖公序良俗,又侵权违法,监管部门和涉事平台要及时出手制止,切实保障当事人正常生活和经营的权利。

有道是:一碗拉面成网红,全凭诚信来经营。各路神“闲”蹭热度,水泄不通困老程。另有诗为证:诚信经营成网红,引来蹭热一窝蜂。要想出名靠自己,莫做投机寄生虫。

文/中言利尔 诗/神仙、短笛 题/敬业心

民生关注

“7个月加装电梯全覆盖”是怎么做到的

杨朝清

好多地方都有这样的例子:老旧小区想加装电梯,做着做着就黄了。浙江绍兴嵊州市一个小区,7天时间,签约人数就超过了三分之二,从去年9月到今年3月,7个月时间15个单元竟然全部加装成功了。它是怎么做到的?有哪些经验可供借鉴呢?(4月1日《钱江晚报》)

加装电梯面临的最大困难就是众口难调,将便民利民的好事做细做实,不仅需要制度善意,也需要精细化治理。加装电梯需要尊重差异化、个性化的利益诉求。部分一楼和二楼的业主担心加装电梯影响采光,当地住建部门邀请专业机构测试,检测的结果是只影响半个小时采光,并不严重;某些业主担心加装电梯会带来噪音,就用加装电梯提升小区品质和口碑来激励他们,有助于寻找到“最大价值公约数”。

加装电梯既会触动“利益的蛋糕”,也会遭遇观念壁垒。于是组建谈心谈话工作专班,动员楼上邻居去做一楼二楼的工作,熟人圈子人与人之间的关系与情感,成为一种社会联结的润滑剂和黏合剂。挨家挨户上门拜访,一把钥匙开一把锁,只要找到合适的路径和办法,加装电梯就会减少许多阻力和障碍。

不同楼层对加装电梯有不同的需要,如果采取“一刀切”的做法,很容易导致低楼层用户的抵触与排斥。而采用加装电梯一楼二楼住户不出钱,三楼以上按比例出钱,楼层最高的出钱最多的措施,通过充分、有效的利益协商和利益博弈,就能抓住加装电梯的“牛鼻子”,问题自然迎刃而解。

加装电梯是一个复杂的系统工程,不仅需要前瞻设计,也需要统筹兼顾。尊重业主差异化、个性化的利益诉求,用“一把钥匙开一把锁”的绣花功夫打破观念壁垒,公共部门、企业和邻里三方力量在良性互动中分担责任,是7个月完成15个单元电梯加装奇迹的“成功密钥”。

关爱未成年人成长

建设幸福石家庄



石家庄市文明办宣

全社会行动起来
共同关心
未成年人健康成长

石家庄市文明办宣