

首席评论

# 地铁平峰时段“运快递”开发更多商业空间

何勇海

9月23日起,北京地铁试点非高峰时段运快递,这也是全国首例利用城市轨道交通非高峰时段富余运力运输快递的试点项目。首批试点线路包括4号线、9号一房山—燕房线,在不调整列车发车时间和停站时间、不影响乘客出行、不进行设备设施改造的基础上,通过固定线路、专人押运的方式组织快递运送。(9月24日《北京青年报》)

北京地铁试点非高峰时段运快递,有助于城市快递“多拉快跑”。据报道,目前北京常住人口逾2000万,每日收寄投递快递量约1500万件,主要通过城市道路运输。运输能力的增长与快递货运量的增长逐渐不匹配,影响物流效率,导致配送时间延误,增大物流费用,加剧城市交通压力,也增加环境污染。这种情况逐渐在越来越多城市出现。利用城市轨道交通非高峰时段的富余运力开展快递运输,因不受其他交通工具和因素干扰,自然可让快递得到更快配送和周转,降低城市物流成本。快递货物周转量提高,市

民网购消费也能更便利,城市商业活力会进一步提高。

地铁在非高峰时段运快递,也有助于提升既有城市轨道交通资源的利用效率。地铁已成为我国不少城市的人们日常出行最主要的交通工具,很多城市的轨道交通在高峰时段虽要面临巨大的客流压力;但在平峰时段,客流量较少,满载率较低,大部分车厢空载情况较常见。有网友说,他所在城市,平峰时段乘地铁,经常是一车厢就一两个人,甚至没有人,造成公共资源不必要的浪费。为此,一些城市地铁运用价格杠杆诱导市民错峰出行,以“削峰平谷”。不过,在“节流”时也要“开源”,给快递物流提供一定的利用空间,在扩展地铁功能之时,提升地铁效益。

此外,部分快递物流实现公路转铁路,有助于缓解交通拥堵、降低碳排放。据报道,我国交通运输行业的碳排放量占全社会碳排放量的25%,仅次于能源(发电)产业的40%,是我国碳排放的主要来源之一,其中公路运输碳排放更是占到交通行业碳排放总量的85%以上。公路运输节能减排势在必行,探索建立地下物流系统是办法之一。2019年9月,我国印发的《交通强国建设纲要》提出发展

城市地下物流配送。北京地铁试点非高峰时段运快递,相较于重新建设地下物流网络,投资少、难度小,只需对现有地铁资源稍加整合就可实现,客运和物流便一举两得。

所以,期待北京地铁把运快递的新生事物做好,为全国轨道交通提供新的商业模式,助力快递物流绿色化、低碳化发展。不过有专家表示,地铁要开展物流业务,会面临一些实际问题,比如安检要求更高,要加强安全风险管控,确保地铁安全万无一失,责任十分重大;同时,让快递搭上地铁,要真正不影响乘客出行,虽然采用固定车厢运输,也有专人押运,但地铁等轨道交通在设计建造时未考虑物流通道等问题,故一些站点和通道会出现人货并行,会不会影响客流秩序,需要创造性解决,以强化地铁出行服务的保障性。也亟待提升市民对该模式的认知和认同。

据报道,欧美个别国家,多年前就通过城市有轨电车系统运输货物,比如法国、瑞士等国开发了专门的货运有轨电车,与客运电车共线运营。此外,纽约地铁也在夜间用于运送城市产生的垃圾等。可见,我国地铁每天停运的时段,更可考虑用于运输货物,为轨道交通提供新的商业化空间。

微言大义

## 预制菜“不宜推广进校园”一锤定音



图/朱慧卿

冯海宁

近期,一些地方“预制菜进校园”话题受到社会广泛关注。近日,记者就“预制菜进校园”采访教育部有关司局负责人。这位负责人指出,经研究,鉴于当前预制菜还没有统一的标准体系、认证体系、追溯体系等有效监管机制,对“预制菜进校园”应持十分审慎态度,不宜推广进校园。(9月23日《每日经济新闻》)

“预制菜进校园”这一话题最近引发争议。从相关报道看,网传部分学校食堂采用预制菜,但当地相关部门和学校大都予以公开否认。不过,某地有关部门表示,学生餐食由中央厨房统一配送。对此,有业内人士认为,如果采用中央厨房配餐,以“半成品”模式进入校园食堂,也属于使用预制菜的范围。也就是说,预制菜究竟是否进入校园,目前仍存在不同看法,原因在于对预制菜的认知不一。由于家长对预制菜有不少怀疑,如“预制菜是否为隔夜菜”、“预制菜添加剂会不会危害健康”、“预制菜质量如何保障”……于是出现了“家长送饭”等现象。作为最高教育主管部门,教育部的态度很关键。

假如教育部允许预制菜进校园,地方有关部门和学校就有理由采购预制菜,以降低学校供餐成本、提高供餐效率。然而,教育部有关司局负责人却给出预制菜“不宜推广进校园”的答复,这一表态相当于给预制菜能否进校园“一锤定音”,因为地方有关方面采用预制菜缺乏权威部门支持,家长也有理由反对。

至于为何不宜推广预制菜进校园,教育部引用《食品安全法》第五十七条规定,指出当前预制菜还没有统一的标准体系、认证体系、追溯体系等有效监

管机制,显然这些理由很充分,因为缺乏有效监管机制的预制菜在食品质量、安全等方面缺一规范,既不符合法律要求,也给学生健康成长带来了隐患。

报告显示,2022年中国预制菜市场规模达4196亿元。虽然如此,但不能否认目前预制菜从监管到市场都不尽如人意,除缺乏有效监管外,有研究表明七成以上预制菜加工企业处于小、弱、散的状态。江苏省消保委去年发布的《预制菜消费调查报告》指出,部分消费者反映自己购买的预制菜出现菜品变质腐败、食材不新鲜、菜内含有异物、存在过期等现象。在有效监管缺失、行业企业散乱、消费者反应不佳的情况下,预制菜的确目前不宜进校园。

无论学校食堂直接采购预制菜,还是所谓中央厨房统一配送,各地都要及时叫停。而且教育部关于预制菜的表态,其影响或将超越校园,使更多人质疑或者拒食预制菜。此前不少餐馆、外卖采用预制菜,因为未公开透明被质疑。当更多消费者了解到预制菜缺乏有效监管,将更关注餐馆菜品是否“预制”。

换言之,当预制菜不宜进校园,更多人会对预制菜持怀疑和谨慎态度,这对预制菜产业不免造成一定冲击。不过,这也是好事,有望倒逼有关方面加快建设统一有效的监管机制,也提醒预制菜产业不能停留在规模扩张,更应该解决企业散乱问题和产品质量问题,那么对预制菜走向安全、规范将很有益。简而言之,教育部对预制菜进校园“一锤定音”,可倒逼预制菜加快规范建设确保食品安全。另外,“比预制菜更可恨的,是承包学校食堂的‘小舅子’”这个话题也引发关注,提示有关部门加强对学校食堂承包监管。

第三只眼

## 治理“孙悟空”合影陷阱不能只靠景区提醒

何勇

近日,河南一景区用喇叭提示游客不要和门口广场上的“孙悟空”扮演者合影的视频引发网友热议。景区负责人表示,这些扮演者会在游客与其合影后,强行向游客收费,引发不少人投诉,景区没有执法权,只好通过这种方式提示游客避免上当。(9月24日《北京青年报》)

实际上,全国多地景区都曾出现过此类“孙悟空”合影陷阱,扮演者在拉着游客合影前,均未明示游客合影系收费行为,给游客旅途添堵,饱受诟病。

面对“孙悟空”合影陷阱,景区使用喇叭提示游客不要和“孙悟空”合影,不失为一种保护旅游合法权益的好办法,值得肯定。毕竟景区只是企业,不是行政部门,没有执法权。但是,也要看到,“孙悟空”可以自由进入的景区大多是开放式景区,景区面积比较大,而“孙悟空”又处于流动状态,很可能与景区工作人员打起游击,使得景区工作人员没有办法时刻贴身在“孙悟空”一旁用喇叭提醒游客,景区提醒管得了一时管不了一世。

事实上,从法律角度看,“孙悟空”合影陷阱涉嫌多重违法。一方面,“孙悟空”合影陷阱严重侵犯了消费者的知情权、公平交易权。《消费者权益保护法》规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供服务的内容、规格、费用等有关情况。消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。经营者提供商品或者服务应当明码标价。从这个角度看,游客在景区遭遇“孙悟空”合影陷阱时,有权拒绝支付相关费用。

另一方面,“孙悟空”合影陷阱是一种价格欺诈违法行为。根据《价格法》《价格违法行为行政处罚规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》的规定,经营者应当以显著方式进行明码标价,明确标示价格所对应的商品或者服务。经营者在提供服务时,不得在标价之外加价提供服务,不得收取任何未予标明的费用。经营者违反明码标价规定的,有“不标明价格的”、“不按照规定的内容和方式明码标价的”行为的,责令改正,没收违法所得,可以并处五千元以下的罚款。从这个角度看,市场监管部门应对“孙悟空”开罚单。

违法问题最终需要法律治理。保障游客合法权益,让游客旅途更开心、更舒心,从根本上治理“孙悟空”合影陷阱,不能只靠景区提醒,关键是监管部门要发力发威。景区除了提醒游客避免上当受骗,还应向市场监管部门移交相关违法线索,由市场监管部门依法处罚“孙悟空”,切实提高“孙悟空”合影陷阱的违法成本,让“孙悟空”合影陷阱成为得不偿失的赔本买卖。