

路边停车场收费不能“背后捅一刀”

□贺成

近日,上海浦东居民胡女士反映:她经常将私家车停在小区外面路边的停车位上,以为是免费停车,但8个月后发现自已欠交停车费6000多元。在此期间,她从未接到过相关的停车费催交电话或者提示短信。(11月8日《法治日报》)

路边停车位本质上是为了便民,实施收费也不难理解。只是在具体操作中,要做到光明磊落,比如保证收费标准合理、收费标示明确、及时向停车居民发送费用账单。而不能明里免费,暗里收费,而且还是乱收费,如此“背后捅一刀”要不得。

我国所有公共道路都属于国有财产,由于其稀缺性,需要通过向使用者收费来收回成本。但此类收费应由政府统一定价,遵循公平、公正、公开和效率原则,满足社会公共管理需要,合理补偿管理或服务成本,并与社会承受能力相适应。收费标准应当公开,新制定的收费标准还应规定试行期限,有关部门应对收费标准执行情况进行监测或定期审核。情况发生变化的,应对收费标准及时进行调整。

根据《行政事业性收费标准管理暂行办法》第二十八条规定,收费单位应在收费地点的显著位置公示收费项目、收费标准、收费主体、收费文件依据、收费范围、收费对象等,接受社会监督。作为行政事业性收费的公共道路停车场收费,更是要做到敞敞亮亮,不能有半点遮掩。

此外,价格法第十四条规定,禁止经营者“利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易”;《消费者权益保护法》第十六条则明确“经营者向消费者提供商品或者服务,应当恪守社会公德,诚信经营,保障消费者的合法权益;不得设定不公平、不合理的交易条件,不得强制交易”。可见,无论是停车场收费公示牌被遮挡或不明显,还是人工收费存在私人“乱叫价”,或者是停车计费混乱、出现“天价”停车费,都涉嫌违反价格法和消费者权益保护法。

当前,各地都把解决停车难当成民生大事。此背景下,更不容路边停车收费浑水摸鱼。事实上,只有加强对停车收费的政府监管和社会监督,压缩经营者的自由裁量空间,并对一些有失公允、明显不合理的收费项目和收费行为进行必要的规范和纠偏,并加大数据、人工智能、物联网等高科技的应用,更好地平衡停车位的供需问题,路边停车收费“背后捅一刀”这种与时代文明格格不入的闹剧才不会重演,进而促进路边停车收费回归其便民初衷。

手机软件广告不能乱弹

□江德斌

打开手机启动软件时轻微晃动,屏幕立刻就跳转到第三方购物软件;软件使用过程中离开片刻,返回时广告会再次弹出;试图点击关闭按钮,却还能继续跳转到广告……近日,不少用户吐槽手机软件广告的不良体验。(11月8日《中国青年报》)

手机软件乱弹广告的问题由来已久,令用户不堪其扰。特别是每到一些大型促销活动来临之前,各种类型的广告就更加频繁地弹出,诸如开屏广告、互动广告、跳转广告等,如影随形,甩不掉、关不掉,简直就是智能手机上的“牛皮癣”广告。手机软件厂商之所以搞出这么多花样广告,实则是想抢占用户的屏幕和时间,博取流量和商业利益。

在商言商,手机软件厂商想通过广告推送,达到促销的目标,兑现流量利益,本身并无罪,乃是正常的商业行为。更何况,一些手机软件位居行业龙头,坐拥数亿用户资源,日常使用量非常大,具有极其可观的广告价值,如果不开发利用,才是真正浪费了。而且,商业广告也能传递产品和服务、促销等信息,帮助商家推广品牌,并让用户获得相关信息,选择适宜的商品,促进市场的繁荣发展。

可见,手机软件推送广告属于合法行为,自有其市场价值所在。如果善加利用的话,可以达到多方获益的局面。但是,手机软件广告不能乱弹,应遵守广告法规和监管规定,合理有序推送,不能发布违法广告,也不应频次过多、无序发布,对用户造成过度干扰,以免适得其反,引起用户的不满和抵制,诱发市场反噬效应。

今年2月,工信部发布了《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》,明确不得频繁弹窗干扰用户正常使用,或利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等易造成误触发的方式诱导用户操作。对落实上述要求不到位或出现违规行为的,依法采取责令限期整改、向社会公告、组织下架等措施,严肃问责查处。

由此可见,随意“弹弹弹”的手机软件广告,属于违规操作,已经触碰了监管红线,如果再不纠正的话,就将遭到处罚,严重者软件将被迫下架。因此,软件厂商应尽快修改推送规则,主动遵照法律和监管规定,改以合乎规范的公告推送模式,将对用户的干扰降低到最小。同时,手机软件厂商,系统平台等亦要尊重用户的合法权益,严格落实“一键关闭”机制,将广告是否需要弹出的选择权交还用户,以更合理的方式、更高质量的广告内容,赢得用户的认同。

协同共治 织密网络安全网

□吴志明



又见未成年人瞒着家长给网络游戏平台充值!据《泉州晚报》报道,市民W先生11岁的儿子小强,从今年8月中旬开始,每天都往同一个网络游戏平台充值,半个月下来竟然充值2万元。近年来,未成年人游戏充值、网络打赏等过度消费问题不时见诸报端,警示我们强化未成年人网络保护的紧迫性。《未成年人网络保护条例》将从2024年1月1日起开始施行,希望可以引起社会、学校、家庭的重视,各方合力,织密未成年人网络安全网。

“南京小学生玩‘吃鸡游戏’14分钟花掉4万元”“四川广元8岁‘熊孩子’玩游戏充值刷走父亲4000多元”……近年来,诸如此类的报道屡见不鲜,给不少家庭带来经济损失,甚至影响社会的和谐稳定。究其原因,首先是因为青少年身心发育尚未成熟,金钱观、消费观未成型,自制力较差,容易深陷互联网虚拟世界中。而父母陪伴与交流的缺乏也是重要因素。正如报道所言,W先生和妻子平时忙于网店生意,再加

上还有一个小女儿,所以对小强的关注比较少,导致孩子不知不觉中沉迷于网络游戏。此外还与网络游戏平台未尽到主体责任有关。一些平台缺乏智能识别身份的功能,未成年人只需知晓父母的支付密码,就能轻易充值或打赏。

近年来,未成年人网络监管问题成为全社会关注的焦点,各级人大代表、政协委员纷纷提出各种各样的建议和提案。事实上,我国未成年人网络保护一直在探索中。早在2014年,《未成年人网络保护条例》就被纳入国务院的立法计划;2021年6月新修订的《未成年人保护法》中也增设“网络保护”专章。国家新闻出版署在2019年、2021年相继出台规定,对未成年人游戏时间、充值金额、注册要求等方面作出严格的规定限制。这些文件的实施取得了一定的治理成果,但仍然存在有效监管缺失、违法成本较低等问题。《未成年人网络保护条例》将从2024年1月1日起施行,《条例》坚持以社会协同共治为方向,明确了国家、社会、家庭、学校等各方在未成年人网络保护方面的责任义务,标志着我国未成年人网络保护工作步入社会共治的全新阶段。

防止未成年人沉迷网络游戏、保护未成年人合法权益是一项系统工程,也是社会各方的共同责任。笔者认为,解决未成年人网络消费纠纷问题

需从几个方面入手:政府部门应完善网络保护相关立法,加强对网络游戏平台的监管,明确市场红线,对平台违法违规行为坚决予以严肃、及时查处,提高违法违规成本,倒逼平台主动加强管理。网络游戏平台应加强自律自控,进一步强化实名认证功能,有效甄别未成年人,关闭手机授权登录游戏功能,登录游戏特别是充值支付环节,要求输入密码,或进行指纹、人脸等验证,防止未成年人以成年人账号进入游戏。还可以设置充值、打赏金额上限,同时设置冷静期,建立未成年人充值、打赏款项追回机制。

未成年人父母或其他监护人应妥善管理好个人电子设备及支付密码,为孩子制定合理的电子产品使用时间,并加强监督管理。还要监管好孩子的消费动态,引导孩子树立正确的消费观,同时多陪伴孩子,关注孩子的精神需求,避免沉迷网络游戏。学校应通过多种方式加强未成年人的网络素养教育,补上网络安全教育课。

孩子是家庭的希望,是祖国的未来。只有汇聚各方合力,加大监护、教育与监督管理力度,才能为未成年人畅游“网海”扫清“暗礁”与“险滩”,撑起一方网络晴空。



吴志明



空返费

□本期主持:吴志明

近日,家住广东东莞的卢女士从广州打网约车回家时,被司机以“返程难以接到客”为由,要求额外支付50元空返费。有人认为,单程车收空返费于理不合,是乱收费,但也有人认为,设立空返费对深夜接单和远途出行的司机是一种利益补偿,也能避免拒载。对此,您怎么看?

借故收费 有违契约

①渊智洞达:收空返费,不太合适。我打车就是让你送我去某地方,你让我再支付空返费我接受不了。第一,你在回去的路上如果拉到别的顾客呢?你的空返不确定。第二,我们讲好的价格,你如果觉得不合适你可以不接这个活。第三,如果你非要空返费,可以提前告诉我,如果我能接受你可以要,否则我有权利拒绝。

②河北白帆:网约车司机收取空返费属于乱收费,乘客有权拒绝。司机接单就有义务把乘客送到目的地,乘客没义务支付返程费。如果网约车司机感到运营成本高,想收取返程费,可在出发前与乘客进行友好协商,取得乘客的谅解。如果在途中随意收取,有借机敲诈嫌疑,乘客有权向监管部门或平台举报,维护自己的合法权益。

③严严才:网约车,其实就是体现一个“约”字,约定,约束,守约。当网约车被预约成功,就形成一种契约,这种契约受法律保护,网约车本身对旅途起点、终点、收费等都有明确约定,双方有责任和义务严格履约。收空返费超出履约范畴,是借故乱收费,是一种违约行为,乘客有权拒付。因此,网约车收取空返费,于理不通,于“约”不符,于法不许。

平等协商 自愿选择

④曹建明:空返费是对深夜接单和远途出行司机的一种补偿,也是鼓励他们更好地服务乘客。但这种收费应该是一种行业规定、行业行为,而不是司机自己一个人说了算,不然就会导致乱收费,损害行业形象,也损害乘客利益。因此,空返费应由网约车平台作出提示,并出台价格指导价,让乘客明白明白消费,促进行业健康持续发展。

⑤豫-张全林:按相关规定,网约车采取市场调节价,由平台即经营主体负责定价。乘客是否需要承担空返费,取决于平台是否作出明确的规定。对于跨城订单、郊区乡村等远途出行,回程揽客概率小,合理收取空返费有其成本依据,但要把话说在明处,最好在订单中有所体现,司机在乘客上车时也应明确告知,如果乘客接受,就应该履约。

⑥龙泉:司机要收取空返费必须在事前和乘客协商确定,由乘客自主选择是否愿意接受服务,若上车或到达目的地后,司机才提出,乘客可以拒绝。为避免此类事情再发生,平台应尽快完善相关内部管理制度并及时告知乘客,要明确规定司机收取空返费的场景及收取标准,同时要畅通投诉渠道,严厉打击乱收费行为,保证双方合法权益。

平衡利益 公平透明

⑦清旭:要不要收取空返费?市场经济下,相关管理部门和网约车平台与其设置条条框框去限制,不如放手由市场来调节。要不要付空返费应事前明确达成共识,不能反悔。如果收取,要根据相关规定合理收取。若司机“狮子大开口”,必须让乘客维权有道,核实后严惩不贷。除了有效监管,还应尽量平衡二者利益关系,才能使行业更快更好地发展。

⑧许兵:空返费问题可由平台来协调解决,平台可在计价系统中设立一个合理的、透明的长途或深夜服务费,或是对司机进行适当补贴。这样既可以解决司机的困扰,又能避免影响乘客的坐车体验。平台也可优化调度系统,尽可能为司机乘客安排同一区域的订单,减少空驶情况。总的来说,平台作为服务提供方,应该在乘客和司机之间找到一个平衡,让服务更公平、更透明。

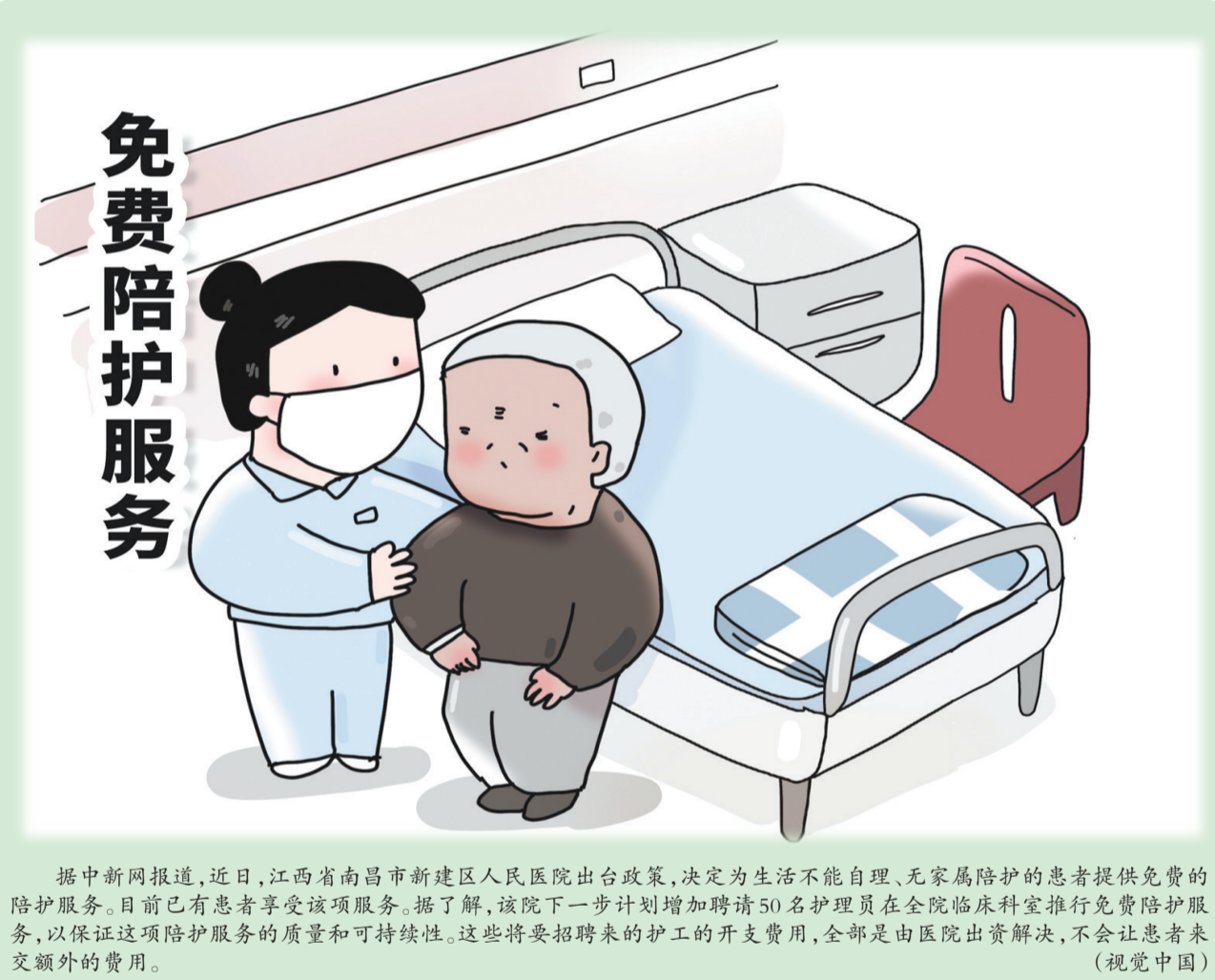
⑨琮净:空返费问题需要网约车平台从多方面进行改进和优化,实现乘客和司机的利益平衡。一方面,网约车平台可通过提供额外的补贴,如高峰期奖励、订单完成奖励等,来激励司机在特定时段和路线接单。另一方面,平台应不断优化派单系统,提高派单准确性和效率。通过智能算法,实现司机和乘客需求的精准匹配,让司机在接单的同时,降低空返成本。

下期话题

近日,“扫兴式父母”成了社交网络上的热议话题。年轻人想分享所见所闻,父母一点也不感兴趣;取得成绩想得到父母肯定,却被泼一盆冷水。对此,有网友表示,父母的“扫兴”并非有意为之,在他们看来,从鸡蛋里挑出“骨头”,才能起到激励和鞭策作用。也有网友表示,虽然父母出发点是好的,但长期打压和否定,会打击孩子的信心和积极性。对此,您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“扫兴式父母”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪官方微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



周培尧



破解快递进村难 要念好“通”字诀

□周培尧



一年一度的“双11”电商促销节已如期而至,快递业也迎来了业务旺季。从数据来看,今年农村方向的双向物流速度加快,更多农产品通过快递销往全国各地。然而,《经济日报》记者采访发现,当前仍有不少地区的进村包裹“堵”在了乡镇,一定程度上影响了农村群众的网购体验,也制约了农村消费潜力的释放。

“双11”电商促销节已迎来第15个年头,网购对城镇居民来说早已是稀松平常之事,而在偏远乡村的农民,却仍然要面对快递进村难的窘境。在电商不断向乡村渗透发展的今天,农村物流已成为农产品上行和工业品下行的重要保障,对畅通城乡经济循环、加快内需潜力释放、促进乡村振兴,都具有重要意义。但不得不面对的现实是,与城镇人口密度大、居住集中相比,农村经济发展不平衡,地广人稀、村多件少的现状依然存在,物流投递成本高、末端收益低的现实也导致快递企业进村的动力不足。长此以往,更加剧了农村快递站点少、服务弱的恶性循环。

面对快递进村这一现实困境,很多地方就因地制宜找到了破解之道。比如,成都市采取政府引导、市场主导等方式,鼓励快递企业采取“快递+快递”“快递+邮政”“交通+商超+快递”等多种运营模式,整合多方资源,进行运力共享、末端共享,降低转运和末端投递成本;青岛城运集团充分发挥运力资源优势,利用城乡公交车开展便民捎带服务,并与中国邮政集团启动“交邮快”合作项目,使用往返城乡的客车、公交车代运邮件、快件,将快递送到村民手中……这些创新举措打通了农村物流的“大动脉”与“微循环”,亦为破解快递进村难提供了有益的思路。

2022年我国快递业务量突破千亿件,每天有1亿多件快递包裹在农村进出,乡村直播带货、短视频营销等模式的兴起,既为特色和优质农副产品找到了销路,也为更多农民提供了创业的舞台和就业的机会,打通快递进村的“最后一公里”,其现实意义自不待言。

特别是在资源、人口向着城市聚集的现实语境下,大力发展农村物流,不仅能促进农村电商的发展,提升农民的就就业率,促进返乡人员回流化解农村“空心化”问题,亦能降低农村的生活成本和农业的交易成本,提高农民消费水平和生活质量,有效弥合城

乡差距。因此,以更高的站位来思考快递进村难这一问题,不断完善农村物流的末端系统,并非小题大做。

发展农村物流是民生工程,更是产业之基。2023年中央一号文件就提出,要“加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系,建设县域集采集配中心,推动农村客货邮融合发展,大力发展共同配送、即时零售等新模式”。当下,要让农村电商成为经济发展的新引擎和推动乡村振兴的重要一环,对农村物流建设不仅要有为更应善为。进而而言,要破解快递进村难,就应念好“通”字诀,既要在硬件建设上持续畅通乡村物流渠道,更应在软件提升上不断打通发展思路。

农村是社会的“稳定器”和“压舱石”,快递进村也已超出纯粹的市场决定范畴,对于这样一项民生工程,要防止以利益为导向的“唯市场论”占据主导地位,政府应通过资源调节的方式,牵线搭桥、多措并举地推动乡村物流共建网点、共享网络、共享配送,并鼓励发展“一点多能”的村级寄递物流综合服务站。如此,才能让时代发展的成果更多更公平地惠及每个乡村和每个农民。