

投诉信息公示 促进守法经营

□何勇海

国家市场监督管理总局近日对外公布了《市场监督管理投诉信息公示暂行规则》(以下简称《暂行规则》),同时上线全国12315消费投诉信息公示平台,从而在全国正式启动消费投诉信息公示机制。通过在平台晒出消费者评价、汇聚商家诚信度、投诉纠纷解决情况等实时大数据,让消费者明明白白消费,让经营者诚信守法经营。(《法治日报》)

消费者购物前都希望查一查商家以往被投诉的信息,了解一下商家解决消费纠纷的情况,从而为自己的消费行为争取更多主动权。然而,信息不对称一直是制约居民扩大消费的痛点之一,也是消费者维权的重要原因。

全面启动消费投诉信息公示机制,有助于满足消费者的知情权。商家提供的商品或服务是否被投诉过、投诉率有多高、投诉善后处理状况等,都将包含在“真实情况”或“有关情况”里,以便于消费者在作出消费决策前做好甄别和选择,以规避可能的消费陷阱与纠纷。

消费投诉公示既是对消费者的风险警示,也是对商家的信用展示与责任督促。当一桩桩、一件件消费投诉信息被公示于众,相关商家不仅会承受行政监管压力,还会承受消费者“用脚投票”的压力,有助于倒逼商家诚信经营,长此以往,还有助于净化市场环境。

各地相关部门也要对消费者运用这个武器予以引导,使大家认识到,消费者与经营者应是一种共生共荣的关系,而非对抗关系。商家要诚信经营,消费者也应诚信评价。

拒绝服兵役 处处将受限

□胡建兵

近日,四川省宜宾市叙州区政府征兵办发布《关于对拒服兵役青年魏某富实施处罚的通报》显示:由于魏某富严重违反《中华人民共和国兵役法》《征兵工作条例》有关规定,经当地征兵工作领导小组研究决定,对魏某富实施“将其纳入履行国防义务严重违法失信主体名单实施联合惩戒”。(北青网)

绿色军营始终是有志青年报效祖国的向往之地,依法服兵役是每个适龄青年的法定义务,任何人都不得拒绝和逃避。我国《兵役法》第十三条规定,国家实行兵役登记制度。每年12月31日以前年满十八周岁的男性公民,都应当在当年6月30日以前,按照县、自治县、市、市辖区的兵役机关的安排,进行兵役登记,然后由有关部门进行征集,符合条件的应征入伍。第六十六条规定,存在拒绝、逃避兵役登记、体格检查、征集等行为之一的,由县级人民政府责令限期改正,逾期不改的,由县级人民政府强制其履行兵役义务,并可以处以罚款。

参军不是儿戏,魏某富既然选择身着戎装,就应该坚持初心,朝着梦想前进。有关部门对魏某富逃避兵役的行为进行联合惩戒,让其“一日当逃兵,处处将受限”,具有警示教育作用。

强军必先强兵,强兵必先征好兵。将拒绝或者逃避兵役者列入“联合惩戒名单”,只是依法治理“逃兵”的一个环节。要鼓励更多的适龄青年积极报名参军,有关部门还应该加强国防教育,提高年轻人的国防意识,完善军人的保障制度,解除服役人员的后顾之忧,营造“一人当兵,全家光荣,全村光荣”的良好氛围。

中外学生一视同仁 管理应趋同

□刘天放

据深圳大学网站消息,深圳大学国际交流学院12月12日发布《关于禁止在留学生宿舍使用违规电器和用电安全的通知》,要求留学生不要在寝室内做饭,并于12月26日前将寝室内个人电器、违禁电器和大功率电器移除。(澎湃新闻)

此消息一出,立即得到网友的一致好评,称这是对中外学生一视同仁的做法。日前,柳州市公安局出入境管理支队发布公告,对柳州职业技术学院一名利比亚留学生在宿舍内使用违规电器的行为,依据《出境入境管理法》和《外国人入境出境管理条例》就是“大法”,而所在学校的校规,就是“小法”,两者是相辅相成的关系。无论是宿舍内使用违规电器,还是长时间旷课,都不能被允许。如果违反法规,必须接受惩罚,甚至情节严重的,还要根据有关规定给予更严厉处罚。

2019年,教育部就提出,推进中外学生趋同化管理。《来华留学生高等教育质量规范(试行)》也明确强调:“高等学校应当要求来华留学生遵守中国法律法规、校规校纪,依法依规预防和惩处来华留学生的违法违规行为。”

中国人对待任何来华的外国人,始终都报以热诚的态度,但这并不意味着来华外国人可以有特权。来华留学生就必须遵守中国的法律法规。对于留学生来说,《出境入境管理法》和《外国人入境出境管理条例》就是“大法”,而所在学校的校规,就是“小法”,两者是相辅相成的关系。无论是宿舍内使用违规电器,还是长时间旷课,都不能被允许。如果违反法规,必须接受惩罚,甚至情节严重的,还要根据有关规定给予更严厉处罚。

总之,将中外学生“趋同化管理”压紧压实,才能使包括留学生在内的所有来华人员,都成为这个“临时”大家庭中的平等一员,并让大家庭氛围更加和谐。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为:
qzwbpl@163.com

村社结对 双向受益

□曾于里



据本报报道,16日清早,寒风凛冽、冬雨飘洒,4辆满载南安眉山乡小眉村农特产品的车子徐徐驶向泉州市区。车辆到达丰泽区泉秀街街道泉准社区百草图书馆前的社造广场时,泉准社区居委会工作人员早已在此等候,帮忙卸车布展。经过近半个小时的布置,来自山区的蔬菜、土猪肉、农副产品、炊事用品等整齐地摆放在广场上,引来居民的围观选购。到了中午,猪肉、蔬菜全部售罄。山村肉蔬直达城市社区,迈出村社结对、城乡共融的第一步。

随着物质生活水平不断提高,城市社区居民对农产品的要求越来越高,格外青睐“绿色无公害”“纯手工”和本地菜。虽然如今电子商务发达,社区居民可以通过多种途径购买到生鲜肉蔬,但要真正买到绿色无污染、土生土长的本地肉蔬并没有那么容易。与之相对,农村虽然有大量物美价廉的生态肉蔬,却因为生产分散、规模小、交通运输不便,加之农产品鲜活性和易腐性的特点,只能来自给自足,多余的部分很难转化为农民收入上的增加。

如果可以实现“村社结对”,一个村落与一个城市社区结对,让山村肉蔬直达城市社区,没有中间商赚差价,城市居民满足了需求,乡村居民增加了收入,不正是两全其美吗?南安小眉村与丰泽泉准社区结对,并以村社结对为契机,把绿色优质农产品、土特产送到城市社区,为农户与居民提供直接交流的平台,是一次有益的实践,值得借鉴推广。

村社结对,需加大党建引领。农村与城市社区的基层党组织要起到“火车头”的作用,发挥党组织的强大组织和动员效能,为乡村振兴提供智力支持,多想好点子,并以强大的执行力予以推进落地,给老百姓带来实实在在的实惠。

南安小眉村与丰泽泉准社区的结对,是小眉村党总支书记石俊明与泉准社区党委书记林志恩共同商讨决策的。4辆满载南安眉山乡小眉村农特产品的车子,也是在石俊明的带领下驶向泉准社区。山村肉蔬直达城市社区背后,需要对农产品进行事先的收集,也需对配送车辆、配送路线、配送时间等做出事先的妥当安排,这些都离不开基层党组织的主导、参与和

引领。

村社结对的实现,应该在城乡互补上做足文章,不断扩大互补的广度与深度。城乡之间存在诸多可以互联互通、互促互进、互帮互助的领域,亟待进一步挖掘。

比如乡村除了“好吃”以外,还“好看”“好玩”“好住”“好摘”。一些乡村有着优美的自然环境、悠久的历史和文化传统、慢节奏的生活方式,可以对接城市青年乡村野趣、城市家庭休闲娱乐、城市孩子研学体验等需求。从长远来看,这将带动乡村旅游和文化创意产业的发展,吸引资本与人才下乡,为乡村振兴蓄足动能。城市社区也可以推动它们更有优势的文化资源、数字资源、管理经验“下乡”,以城带乡、以强带弱,补齐乡村振兴的“短板”。

村社结对,拓宽城乡对接通道,充分发挥城市社区和农村的各自优势,挖掘彼此潜力,优势互补、双向受益、共同提高,既能更好满足社区居民对于美好生活的追求,亦可增加农民收入,赋能乡村振兴、助推共同富裕。我们期待泉州能有更多村社结对的探索与实践。



曾于里



国家发展改革委、商务部18日对外发布通知,按照《中华人民共和国反食品浪费法》对食品浪费情况进行监测、调查、分析和评估有关要求,以及省级党委和政府落实耕地保护和粮食安全责任制考核有关要求,将组织开展食品浪费抽样调查。(新华社/朱慧卿/图)

助力抗震救灾 彰显民企担当

□郑运钟



12月18日,甘肃积石山县发生6.2级地震,灾情牵动人心。一方有难,八方支援,比亚迪、字节跳动、腾讯等知名企业纷纷捐款或捐赠物资,泉州企业也集体行动起来,积极驰援地震灾区。据不完全统计,到12月19日20时,泉州品牌企业就已在第一时间捐赠物资数亿元,其中,安踏、特步、361°、中乔、匹克、鸿星尔克等品牌再次因为大额捐赠而集体登上微博的热搜榜。

天灾无情人间有爱,众多企业第一时间向灾区捐赠御寒物资,助力抗震救灾,再次让人们见证了它们的责任担当和慈善情怀。其中,有两个看点值得关注。其一,这些企业大都是慈善榜单上的常客,扶危济困、回馈社会,已经成为其品牌文化的内涵之一。其二,它们当中很多是民营企业,其中不少企业还有一个同样的背景,来自泉州。可以说,民营企业已经成为慈善事业不可忽视的重要力量,而泉州也成为国内慈善氛围最浓的城市之一。

事实上,从过去多年的慈善榜可以看出,民营企业群体对慈善贡献巨大,是这个时代企业家精神的一个

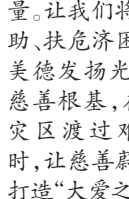
集中展现。改革开放40多年来,社会飞速发展,造就了一批抓住机会快速发展的民营企业。但是,城市化工业化浪潮之下,也造成了更多对于弥合社会裂痕的需求。这批手握财富的企业家,顺理成章地担负起了更多的社会责任,义无反顾地站在了公益慈善的前沿。年初,全国工商联发布的《中国民营企业社会责任报告(2022)》指出,民营企业主动融入新发展格局,以共同富裕为企业社会责任价值目标,在稳增长、公益慈善等方面努力作为,对经济社会可持续发展发挥的作用日趋显著。报告显示,2021年在驰援河南、山西抗洪救灾中,全国有8049家民营企业捐款捐物达47亿元。第十一届“中华慈善奖”表彰名单中,73家民营企业、民营企业家及慈善项目名列其中。

在民营经济之都泉州,民营企业倾情投入公益慈善事业,“不比阔气比公益”已经成为新风尚。来自泉州市慈善总会的数据显示,该会收到大部分捐款都来自企业或是企业家个人捐赠。可以说,在市委市政府的领导下,“慈善文化”已深植于泉州,慈善事业发展也因此走在全国前列,初步打造出慈善事业“泉州样板”。

这绝非偶然。除了雄厚的经济基础、民营企业家的慈善情怀之外,也离不开相关部门的正面引导,不断完善慈善平台,凝聚慈善发展力量。一方面,推进慈善事业规范化发展,比如引导和支持知名企业设立基金会或专项基金,在民政、教育、医疗等多领域发挥慈善作用。另一方面,链接海内外慈善资源,发挥侨乡优势。泉州市慈善总会成立以来,香港泉州慈善促进总会、香港福建希望工程基金会等境外慈善机构及华侨累计捐赠款物达10亿元。如今,爱心的流动正逐渐表现出双向互通的特征,在海外及港澳乡亲遇到困难的重要节点,全市统战等部门也屡屡代表家乡人民伸出援手。

需要指出的是,有些人长期以来根深蒂固地认为,民营企业家中只有利润和财富,缺少社会责任感,更不懂得慈善。然而,此次地震的捐款企业,以及民营经济之都泉州浓厚的慈善氛围,都不断在用事实表明,这是对民营企业家的一种误解,民营企业在公益方面同样做出了巨大贡献,需要得到公众的认可。

此次地震的捐赠行为,又一次证明了民企在慈善中的力量。让我们将“守望相助、扶危济困”的传统美德发扬光大,厚植慈善根基,在帮甘肃灾区渡过难关的同时,让慈善蔚然成风,打造“大爱之城”。



郑运钟

新闻会客厅

外卖打包费

□本期主持人:于理

主持人:“5块钱的饭,打包费就要3块钱”“点了三个串,被收了6块钱打包费”……近日,某知名餐饮企业部分门店收取外卖打包费被广泛关注。现实生活中,很多人都有过点外卖的经历,或多或少被打包费困扰,外卖包装收费标准不一、过度收费等现象,频受网友吐槽。外卖打包费要不要收取,如何规范收费?
本期嘉宾:关育兵、叶金福、张淳艺

不可放任不管

□关育兵(教育工作者)

消费者对打包费的不满,体现在其价格过高。外卖打包用的餐盒和包装成本不一,但便宜的,1000ml容量长方形餐盒批发价仅0.33元/个,用来装餐盒的食品级塑料袋约单价0.01元/个。而在外卖平台,不论容量材质,大多数商家打包盒价格都是1元起。打包费比菜还贵”“打包费有时可以达到订单总金额的一半”“现在外卖都靠打包费挣钱吗”,消费者纷纷对此进行吐槽。

打包费不仅贵,收费更是一场乱战。不同餐厅打包标准不同,不同的食品打包的标准也不一样,乃至同一商户在不同平台包装费也不同价。比如餐盒要收费,塑料袋也要收费,小包装的酱料盒子也要收费;很多外卖明明最后都是放在一起送过来的,但是每点一样就得收一次打包费;明明只用了一份包装,商家却按件多次收取费用……

贵和乱之外,打包费还防不胜防。大多数打包费在餐品详情页上并没有,只在支付页面才显示,这让很多消费者在选购餐品时往往会忽视这笔费用。藏在支付页面的外卖打包费,已经成为外卖新“刺客”!

外卖打包费不仅侵害消费者权益,过多过滥的包装亦会造成资源浪费、加剧环境污染,不能放任不管。平台要加大对外卖包装费不透明、不合理行为的治理力度,对违规收取费用的商家进行严格约束。

应该明码标价

□叶金福(教师)

商家之所以要收取打包费,缘于多方面的原因,比如:依据相关政策规定,商家不得免费提供塑料购物袋,所以对外卖商品进行打包时,需要收取相应的打包费用。给食物做好打包,也可以保障食品在外卖的过程中避免受到二次污染,并防止食物泄露。

所以,商家适当收取一点打包费,也未尝不可。问题是,打包费收多少、怎么收,竟然完全由商家“说了算”。加之,打包费已成为一个“隐藏”的必选项,消费者根本不知情。这无疑是一种霸王条款,不仅严重侵害了消费者的知情权,也剥夺了消费者的选择权。

外卖打包费需要明码标价。首先,平台要发力。外卖平台除了需要给打包费设置“上限”之外,还应规范打包费的收费标准,让收费更合理、更公道,严禁商家未经消费者同意强制收费。其次,监管要发力。市场监管、消保委等监管部门应积极承担起监管的主体责任,对商家乱收打包费行为进行监管、督查与处罚,倒逼商家严格按照收费标准收取外卖打包费。消费者也要发力。一旦遭遇商家乱收外卖打包费情况,消费者就应坚决说“不”,维护自身合法消费权益不受侵害。

外卖需要明码标价,打包费也需明码标价。只有保障好消费者的知情权和选择权,让消费者明明白白地支付外卖打包费,才能有效防范外卖包装费“刺客”,促进外卖行业的良性发展。

从源头遏制

□张淳艺(公务员)

面对外卖打包费“刺客”,有关部门和平台方面要共同努力,合力“拔刺”。

首先,惩戒不合理的收费行为,充分保障消费者的合法权益。《价格法》规定,经营者定价,应当遵循公平、合法和诚实信用的原则。经营者定价的基本依据是生产经营成本和市场供求状况。商家收取打包费,应根据包装成本合理定价,不能坐地起价,更不能通过重复收费、二次收费攫取不正当利益。

眼下,几家头部外卖平台已经成立打包费专项治理小组,加大商家外卖打包费的抽查力度和处理速度。有关部门也应加强监管,督促平台切实履行主体责任,进一步明确打包费的收取范围、方式、定价标准等事项,对违规收取费用的商家进行严肃处理,为消费者提供更公平透明的消费环境。

其次,科学设定“分成”机制,减轻商家经营压力。出现外卖打包费“刺客”,一个重要原因在于外卖平台的佣金比例过高,严重挤压了商家利润空间,商家往往是“赔钱赚吆喝”。有外卖商家透露:“平台一般都会有一些满减优惠、折扣优惠等等,而包装费的好处就是可以抵消优惠费用。”在从外卖赚不到钱的情况下,商家只好在打包费这块“自留地”上做文章,“堤内损失堤外补”。

2021年全国两会,全国工商联就曾提交提案,建议加强餐饮外卖平台反垄断监管,协调降低佣金。有关部门对此应予以重视,规范平台佣金抽成比例,减轻餐饮企业经营压力,从源头遏制外卖打包费“刺客”等一系列问题。