

### 汽车“以租代购”不是馅饼是陷阱

□王志高

据《法治日报》报道,近年来,“以租代购”汽车模式问题频发,不少消费者陷入合同陷阱,维权之路步履维艰。广西韦女士签约后无法提车,广东宋先生遭遇债务变更陷阱,浙江李先生租车仅十天便损失十万元……一系列案例揭示出部分商家假借“创新”之名行“套路”之实的行业乱象。此类商业模式表面上门槛低、手续简,实则暗藏高风险,正在不断侵蚀市场的诚信根基。

所谓“零首付”“不看征信”的诱人广告,不过是吸引消费者的诱饵。一旦签下那份权责失衡的合同,消费者便步入了精心设计的迷宫:退租时冒出高额违约金,逾期时车辆被强行拖走,事故后还要承担莫名折旧费。商家在推销时满口承诺,维权时却搬出“以合同为准”的招牌。这些套路之所以能屡屡得手,很大程度上源于消费者在专业合同面前的无力感,他们往往缺乏法律知识和谈判能力,只能被动接受商家设定的不公平条款。

这种现象背后是典型的信息与权力不对称。商家利用消费者特别是征信受限或急于就业群体的迫切心理,以专业法律文本构筑不平等条约。消费者在签约时常被催促,难以细究条款;而一旦出现问题,又因维权成本高、举证难而被迫妥协。这不是正常的市场交易,而是打着合法幌子的软性掠夺。一个健康的市场不应是弱肉强食的丛林,而应是公平互惠的沃土。

治理这一乱象需要监管重拳与行业自律双管齐下。设定违约金上限、推行合同标准化固然重要,但更需建立动态监管机制:对虚假宣传“零容忍”,建立企业黑名单制度;资金要由第三方托管,防止卷款跑路;设立专项调解通道,降低消费者维权门槛。同时,行业内部也需刮骨疗毒,将诚信经营作为生存底线而非宣传口号。监管部门应当要求企业在宣传时必须明确提示风险,在签约时给予消费者充分的审阅期,确保交易的公平透明。

从共享经济退潮到长租公寓爆雷,再到如今的“以租代购”乱象,我们屡次为监管滞后付出代价。商业模式创新固然值得鼓励,但绝不能以牺牲消费者权益为代价。真正的创新应当带来更公平的风险分配、更透明的交易环境。正如一棵树能否参天,取决于其根系是否扎实;一个行业能否长远,关键在于其是否坚守诚信底线。是时候为“以租代购”套上缰绳了,莫让创新沦为套路的外衣,莫让消费者的信任一次次被辜负。只有当监管及时到位、行业自律形成,消费者意识觉醒,才能构建一个真正健康有序的消费市场。

### “榴莲月饼没榴莲”纯属虚假宣传

□徐刚

中秋临近,“榴莲冰皮月饼”成为今年各电商平台力推的消费热点。近日,新京报记者核查20款“榴莲冰皮月饼”发现,6款售自直播间、电商平台的低价榴莲冰皮月饼并未添加所宣称的“榴莲肉”,取而代之的是“榴莲味食品馅料”或“榴莲味西点酱”等复合调味料,榴莲成分实际占比不足3%。(据9月25日新京报)

榴莲因其高成本与特殊风味,向来是月饼市场的“贵族原料”。然而,当电商直播间里“买一送一”“全网最低价”的呐喊此起彼伏,榴莲的真实含量早已在资本的算计抛诸脑后。这场以“榴莲自由”为噱头的消费狂欢,实则暴露出月饼行业深层的诚信危机与监管困局。

明明是“榴莲月饼”的包装,商家却以“榴莲风味”等模糊表述打擦边球,而配料表中则明确标注主要成分为绿豆蓉、冬瓜蓉等,辅以香精、色素调制的“榴莲味酱料”。更令人担忧的是,这类产品常以“直播间特惠”“平台补贴”等营销话术包装,利用消费者对电商渠道的信任,将低成本调味料打造成高端月饼。

现行《月饼馅料》标准中,仅对水果类月饼的果肉含量提出“不低于25%”的要求,但榴莲等特定水果并未单独规定。这一空白被部分厂商利用:只要添加少量榴莲成分即可宣称“含榴莲”,甚至完全依靠香精模拟风味也无需明确标注比例。此外,直播电商的即时性、跨地域性等特点,使得传统以属地管理为主的监管模式难以有效覆盖。当一款0.6元的月饼通过直播间日销数万单时,其安全隐患与维权难度已成倍放大。

根据《电子商务法》,平台对商家资质审核、商品信息真实性负有法定审查义务。然而现实中,部分平台对“低价爆款”商品往往采取宽松管理,甚至通过算法推荐进一步放大劣币效应。主播在带货时若未尽职审核义务,仅凭“口感浓郁”“果香十足”等主观描述诱导购买,同样涉嫌虚假宣传。

破解榴莲月饼的信任危机,需构建多方协同的治理体系。监管部门应加快修订食品标签标准,明确“风味馅料”中真实果肉的最低含量,并建立直播带货的食品抽检数据库;电商平台需压实主体责任,对低价促销商品实施资质备案与动态抽查,杜绝“三无”产品流入市场;行业协会则应推动建立榴莲月饼的团体标准,通过认证标识帮助消费者区分品质层级。

节日的意义在于情感的传递,而非对噱头的追逐。唯有守住“真材实料”的底线,才能让每一块月饼都承载得起团圆的分量。

## 山村“修路节”文明“新路径”

□周培尧



9月22日,正值农历八月初一,安溪县剑斗镇双洋村迎来了一年一度的“修路节”。村民纷纷从外地赶回村里,参与这场承载着“路通业兴、互助同心”的修路盛事。据了解,“修路节”是双洋村的传统节日,至今已有上百年的历史。这一天不仅是集体劳动的日子,“修路节”更是凝聚亲情乡情的纽带和乡村文明的生动实践。

村民集体修路并不是什么新鲜事,但修路成为乡村节日的却不多见。双洋村的“修路节”之所以能代代传承,与其通过行动协同与情感共鸣,让村民成为乡村治理的共同体密不可分。也正因此,当村内大部分主干道路已实现水泥硬化,“修路节”的重点从“开路”转向“养路”后,这一乡村节日仍得到很好的延续。可以说,这一节日已成为村民情感连接、价值实现的有效载体,也为乡村振兴如何打通情感路径提供了有益的借鉴。

乡村是中国人的精神原乡,它既

保存着田园村舍、传统民俗等具象的事物与形式,也镌刻着道德共识、情感认同等精神密码,特别是村民之间不求回报的互帮、互助、互惠之谊,更是乡村共同体得以维系的坚实情感纽带。在今天,乡村社会中以人为联结的互助模式仍广泛存在,使得乡村公共事务依然需要依靠情感方式来推动,而情感治理也成为乡村社会难以摒弃的治理方式。

正是基于这一原因,除了安溪剑斗镇双洋村的“修路节”外,我市还有不少特色鲜明的乡村节庆,都已成为村民可感知、可参与的集体活动。比如洛江区河市镇“三月三”的畲族文化节、永春县岵山镇的荔枝文化旅游节、德化县李溪村四月初八的“耕牛节”,无不以独具特色的乡村节庆形式,提升村民的情感共鸣与凝聚力,成为有效打通乡村治理、助力乡风文明的新路径。

当下,乡村治理开始从环境治理、产业提升转向人的价值挖掘。在乡村这个熟人社会中,乡情能够增强村民之间的凝聚力和认同感。因此,在乡村治理中坚持以人为核心的价值导向,以传统节庆的仪式感为载体,运用共建共治共享的理念,促使村民积极参与乡村公共事务,共同推进乡村建设,就能在夯实乡村情感基底的同时,形

成乡村治理的良性循环。

以双洋村的“修路节”为例,这一节日能延续多年,除了历史久、形式新外,还与情感浓度不无关系。在每年节日期间,不仅在外打拼的村民定期返乡、反哺家乡,该村还安排了“修路饭”,按照生产小组每年由五户人家轮流负责,用以犒劳修路的乡亲。这种集乡村建设乡情联谊于一体的活动,既成为村民欢聚一堂的契机,也有效激发了村民对于乡村的原始情感,进而使其成为推动乡村振兴的纽带和动力。

当前,我国经济、社会发展已迈上新台阶,乡村治理作为国家基层社会治理的重要内容,也迫切需要跟上时代步伐,不断推进出新。凝聚新时代的乡村情感认同是乡村振兴战略的重要一环,也是加快推进乡村治理体系和治理能力现代化的应有之义。因此,要不断增强乡村软治理能力,构建多维乡村治理体系,就要把情感治理作为乡村治理的重要维度,让诸如“修路节”这样饱含情感浓度的乡村治理模式遍地开花,并使其成为乡村社会人与人之间的黏合剂,便能为乡村发展注入强劲的情感动力。



### 不让老人接送小孩

□本期主持:周培尧

近日,广州某小学的一则建议引发热议:学校建议“不让老人接送小孩”,理由是可能存在安全风险。一时间舆论哗然,有网友觉得这一建议有一定道理,但约40%的反对者直指此举“给家庭增添负担”。对此,您怎么看?

#### 善意之举 应当理解

①河北帆帆:不让老人接送小孩,从学校的角度看也是为了孩子和老人的安全。毕竟老人年龄大了,各方面机能都在下降,在马路遇到紧急情况,容易处置不当,造成身体伤害,作为家长应该理解学校的苦衷。现在社会上有各类托管班,学校还有课后延时服务班或兴趣班,都可以帮助家长消除后顾之忧,没有必要非要让老人去接送孩子。

②刚柔:老人体力、反应能力相对有限,接送途中面对复杂交通或突发状况,确实存在安全隐患。学校主动提出这一点,是对学生安全的细致考量,而非“小题大做”。更难得的是,它并非“一刀切”的禁令——没有无视家庭接送条件的差异,既保留家长最终选择权,也不越界干预生活,这份“留有余地”的善意更见真诚。

③摇摇:学校此建议的初衷具有合理性,与前瞻性。首先,从安全角度考量,部分老年人因身体机能衰退,反应速度和应对突发状况的能力确实存在不足。其次,在教育理念上,由父母亲自接送更利于亲子关系的构建,避免家庭教育的“隔代化”。因此,学校的建议并非歧视老人,而是基于现实风险的一次善意提醒,旨在促使家庭优化育儿分工,从根本上保障孩子的安全与成长。

#### 脱离实际 不近人情

④汪老师:现代社会,许多家庭的父母都是全职工作者,早晚高峰接孩子的时间与工作时间重叠,使得老人接送孩子几乎成为维系家庭运转的“刚性需求”。对于老人而言,接送孙辈不仅是替子女缓解生活压力的实际行动,更是重要的情感纽带。一旦被建议“退出”接送行列,老人极易产生“不被需要”的失落情绪,这种情绪也会影响家庭的和谐氛围。

⑤仙水忍:此项建议看似合理,实则不近人情。其一,它忽视了当下中国双职工家庭的现实困境。对于绝大多数年轻父母而言,若无老人接送孩子,要么一方牺牲事业,要么寻求高价托管,极大地增加了家庭的经济与精神负担。其二,该建议对老年群体构成了情感上的伤害与能力上的否定。许多老人身体健康、责任心强,接送孩子不仅是发挥余热、为家庭分忧的方式,更是他们实现自我价值、维系天伦之乐的重要途径。

⑥鹿台一卒:从传统视角看,老人退休后参与孙辈照料,是家庭责任的自然延续,更是代际温情的具象表达。这种“隔代守护”,让年轻父母能安心投入工作,早已成为中式家庭的重要支撑。将其定义为“安全隐患”,是对这种传统互助模式的片面解读,忽视了它在维系家庭运转中的核心价值。学校的建议缺乏对民生现实的体谅。

#### 多方协作 化解矛盾

⑦江苏胡建兵:接送孩子上下学是许多家庭面临的现实难题,需要学校、家长和社会多方协作才能有效解决。如:学校可以推出“定制公交”专线接送学生或实施课后服务模式,也可建立家长互助小组,轮流接送学生,减轻个体负担。社区也可组织老年志愿者将学生接到社区活动中心,提供免费托管至家长下班……通过多维度协作,共同构建安全、高效的接送体系,既保障学生安全,又减轻家庭负担,实现多方共赢。

⑧不懂:学校与其建议“不让老人接送小孩”,不如多些实际举措确保学生的安全。一方面,可对参与接送的老人进行相关安全知识培训,提高其安全意识;另一方面,应积极搭建社区互助平台,探索“家长接送联盟”或与专业托管机构合作,为确实有困难的家庭提供多元化的解决方案。同时,企业也应给予更多支持,如推行更灵活的“育儿工时”制度,多管齐下,才能真正解决接送难的问题。

⑨吴桂莲:解决问题的根本出路还是在于制度创新而非“责任转嫁”。一方面,相关部门应从政策层面发力,为育儿家庭落实“弹性上下班”制度;另一方面,需从服务供给端发力。比如可引入政府补贴的第三方专业机构,适时降低家庭托管成本。教育问题需要的是智慧与温度,而不是一厢情愿的“建议”。

#### 下期话题

近日,一段上海网红面包店被指夜间闭店时大量倾倒销毁成品面包的视频引发热议,有消费者指出该店有浪费粮食之嫌。店长表示,根据公司规定,面包不可隔夜销售,目前也没有制度会在夜间降价销售,一般就直接报损处理。对此,您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“卖不完的面包怎么处理”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



近日北京朝阳医院骨科副主任医师赵会在为病人做手术前收到了病人家属的红包,他收下后为病人充进住院费里,在手术结束后将收据给了病人家属。业内表示,赵医生此举,完美诠释了何为“医者仁心”。他收下红色是体谅家属的焦虑,给予一时心安;转为住院费则守住了职业操守的底线。这不仅是技巧,更是智慧与慈悲的结合,为艰难的医患关系注入了一股清流。(澎湃新闻/文 视觉中国/图)

## “翻包禁食”保护动物还是保护利益?

□吴志明



近日,一则关于上海海昌海洋公园手工翻包检查、禁止自带食品的消息在社交平台引发热议。游客反映,园方以“保护动物”为由禁止携带外部食品入园,园内食品售价却远高于市场正常价格。这一冠冕堂皇的理由不禁令人质疑:园方此举究竟是保护动物,还是保护自己的利益?

从法律层面看,手工翻包检查的合法性早已站不住脚,却在公园延续七年之久。根据《民法典》和《消费者权益保护法》相关规定,景区未经游客同意强制翻包的行为,已然侵犯游客隐私权与人格尊严。这种近乎“搜身”的粗暴手段,与其说是“服务游客”,不如说是“管控游客”,暴露了景区仍停留在“管理者思维”而非“用户思维”的落后理念。更令人愤慨的是,面对质疑,园方工作人员竟以“入园至今都这样”为由轻描淡写,折射出对消费者权益的公然漠视。这种对侵权行为的习以为常,比行为本身更令人担忧。

禁止游客自带食品入园,同样存在法律问题。《消费者权益保护法》明确规定,消费者享有自主选择商品或服务的权利。园方此举设定了不合理的交易条件,迫使消费者不得不接受园内高价食物,构成对消费者自主选择权和公平交易权的侵害。园方给出的“保护动物”理由,看似合理实则牵强。诚然,游客投喂行为可能危害海洋生物健康。但关键在于,禁止自带食品与保护动物之间并无必然关联。若真为动物安全考虑,园方可通过设置安全距离、明确违规投喂罚则等方式实现,而非禁止游客携带食品入园。这种“一刀切”的禁令,更像是借“保护动物”之名,行“垄断经营”之实,其背后逻辑耐人寻味。

更令人担忧的是监管层面的权责缺位。当游客向管委会投诉时,得到的却是“超出处罚范畴”“建议法律维权”的回应,甚至建议游客“觉得不便可选择其他景点”。这种“管不了、没办法”的回应,无疑纵容了企业的侵权行为。表面上看,这是一起关于园区管理规定的争议,实则触及了消费者权益保护、公共空间治理边界以及商业伦理等多重议题,值得深入反思。这种商业模式反映了企业对短期利益的过度追逐,而忽视了长远品牌价值的构建。主题公园的核心竞争力应当在于其独特的娱乐体验、优质的服务和良好的口碑,而非靠限制消费“薅羊毛”。

当游客因为不愉快的消费体验而对园区产生负面印象,最终伤害的不仅是游客信任,更是整个行业的发展根基。

破解困局需构建三重防线:监管部门应明确“红线”,规定景区安检的合法边界,禁止强制性手工翻包;加强监督,对不合理定价行为进行规范;同时鼓励景区引入外部商户,用市场竞争倒逼价格回归合理区间。消费者也应通过合法渠道维护自身权益,对不公平的商业行为说“不”,消协组织应优化消费者维权渠道,形成维权合力;而企业自身也需平衡商业利益与社会责任,须知在体验经济时代,消费者的忠诚度来自被尊重和优质体验,而非被强制和算计——毕竟,没有人愿意为“被宰”买单,更不会为“糟糕的消费体验”再次出发。

从迪士尼到海昌,主题公园的规则争议本质是商业逻辑与公共利益的博弈。在竞争激烈的旅游市场中,企业必须明白,长远竞争力在于吸引游客,而非限制游客。希望此次风波能成为一次反思的契机:让管理回归服务本质,让规则体现人文关怀,唯有如此,我们的景区才能真正成为人们向往的“诗与远方”。

