

明码标价让“雪糕刺客”无处遁形

自由评说

不能让好心人承担行善风险

莫思委

张先生是江苏江阴市某小区的业主。因小区内游乐设施较少,小朋友们缺少游乐项目,张先生就跟小区物业公司的人联系,提出由其自费为小区添置一套儿童滑梯,供小区业主的孩子免费游玩,但他怎么也没有想到,自己居然会因此被告上法庭。(7月3日《法治日报》)

据报道,刘某途经上述小区时,不慎踩到残留水渍的滑梯配套脚垫,致后仰摔倒,后经司法鉴定,构成十级伤残。刘某认为,因物业公司没有设置地滑警示标志、没有及时清理积水,导致自己摔倒,张先生购买并放置滑梯也存在过错。因此,刘某向江阴市人民法院起诉,要求物业公司和张先生共同赔偿其各项损失近20万元。江阴市人民法院经审理后认为,张先生对本案事故的发生不存在过错,判决物业公司对刘某的损失承担主要赔偿责任,赔偿12万余元,同时驳回刘某对张先生的赔偿请求。判决后,双方均服判息诉。

这只是一起普通的民事纠纷案,但牵涉到“做好事到底要不要承担额外风险”这一焦点问题,由此引发社会公众的普遍关注。笔者认为,如果好心人张先生与物业公司一同承担损失,于情于理都说不过去。

首先,张先生自费在小区安装滑梯,是为了改善小区的文体娱乐环境,做好事的目的很明确、很纯粹,是一种正能量的行为表现,值得肯定和表扬。其次,小区物业公司接管张先生赠送的滑梯后,负有安全保障的主体责任。如设置安全警示标志、清理地面积水、对游乐设施进行检修加固等。第三,刘某作为成年人,应对自己出行活动面临的危险进行预判、排查和防范,行走时摔倒受伤是意外事故,不能把所有责任都往外推,更没有理由要求做好事的张先生承担赔偿责任。

令人欣慰的是,当地法院以事实为依据、以法律为准绳,客观审理案件,作出了公平公正的判决,有效维护张先生的合法权益,也向社会公众交出了满意的“执法答卷”。此次事件引发的讨论,与“马路上遇见摔倒的老人扶不扶”极为相似,事实再次证明:法律始终为社会正能量“撑腰”,决不让好心人承担额外的行善风险。

行程码“不带星”力求防控更精准

李育蒙

6月29日15时,工信部官网发布消息称,为坚决落实党中央、国务院关于“外防输入、内防反弹”总策略和“动态清零”总方针,支撑高效统筹疫情防控和经济社会发展,方便广大用户出行,即日起取消通信行程卡“星号”标记。(6月29日中国新闻网)

消息一出,舆论普遍叫好,说明这一决策是符合民意需求的。新冠肺炎疫情发生以来,以通信行程卡“星号”标记来识别人群所到达的区域是否存在风险区,确实发挥了重要作用。但在实际运行过程中,因无法精确划定区域,所以只能作为一种风险提示存在,不能作为是否到过风险区域内的依据。现实中,一些地方将其作为“一刀切”的依据,加码疫情防控措施,对一些行程卡带星的人群做出种种限制。显然,这不符合精准防控之意,更不利于恢复经济社会生活秩序。

此次工信部取消带星号标记,连同全国范围内调整疫情防控措施,缩短隔离时间,这些都是根据当前疫情防控形势作出动态调整的科学之举,更是促使各地做好精准科学疫情防控的应有之义。这一系列动作体现的是更加自信、高效、精准的防控措施,更是避免地方在现行政策基础上擅自加码、搞“一刀切”等不实之举,对于统筹做好疫情防控工作、促进经济社会发展具有重要意义。

当然,取消行程码带星和调整疫情防控措施,并不意味着放松防控。相反,“星号”标记取消后,需在疫情防控上更加精准发力,综合运用大数据等手段,精准锁定风险人群,实行更有针对性的防控措施。对于地方而言,必须严格落实有关要求,避免人为“设阻”,让政策效果大打折扣。笔者期待,各地能从经济社会发展大局出发,确保疫情防控政策落到实处,让广大人民群众感受到政策善意,感受到更多人情味。

铿锵二人行

刚入夏时,“去便利店不认识的雪糕不要拿”等话题在社交媒体上频频出现,可见目前不少雪糕的价格超过了消费者的接受程度,有时候甚至不明码标价。7月1日起,国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》施行。社交平台上,“发现雪糕不标价可立即投诉”“7月起雪糕刺客或将无处遁形”等话题出现。(7月2日中新网)

微言博议

招生简章接地气更有人气

事件:当前正是各大高校如火如荼的招生季,各种制作精良的招生宣传视频,让正在填报志愿的学生和家长眼花缭乱。云南农业大学学生拍的一则看上去土得掉渣的“土味视频”,反而成为宣传片中的“泥石流”,脱颖而出。

点评:网友喜欢云南农业大学学生自己制作拍摄、不走寻常路的宣传片,不仅因为内容真实、接地气,更感动于学子对母校发自内心的感情。反观很多大学的招生宣传片,拍摄思路雷同,用各种广角和航拍镜头把校园拍得高端大气,出镜的同学也都男神女美……这样的片子看多了,自然产生审美疲劳。

注意力是非常稀缺的资源,高校在推广形象时,怎样在传播中留下印象、怎样吸引目标受众,需要传播学的技巧,更需要真诚和热忱。只有真心喜爱自己学校的学生,才能制作出打动人心的宣传片。(张丽)

全国首个“公筷法”具有积极意义

事件:提升餐桌文明素养,培养健康生活习惯,让我们从自觉使用公筷开始,以“小礼仪”带动“大文明”。6月29日上午,宁波市十六届人大常委会第三次会议表决通过《宁波市公筷使用规定》,规定在餐饮服务场所,两人以上合餐时应使用公筷。《规定》按照法定程序报省人大常委会批准后施行,据了解,这是目前全国第一个为公筷立法。

点评:使用公筷就餐,不但有利于疫情防控,而且符合健康、卫生的要求。但不得不承认,由于缺乏强制性,不管是餐饮企业还是消费者,是否配备公筷、用不用公筷,都只能依靠自觉自律。随着全国首部地方性法规“公筷法”在宁波诞生,在餐饮服务场所使用公筷,将从一种文明自觉行为上升为法律规范。

一种文明习惯的养成,可能需要几十年甚至上百年的时间,而在这个过程中,如果能够从法律的角度入手予以助力,有利于加速文明习惯的养成。宁波市为使用公筷立法的做法,无疑具有积极的现实意义。(苑广阔)

用法治力量守护黑土地

事件:黑土地保护,进入有法可依新阶段。6月24日,《中华人民共和国黑土地保护法》由十三届全国人大常委会第三十五次会议表决通过。在落实最严格的耕地保护制度基础上,通过国家立法,强化黑土地保护和治理修复,长远保障国家粮食安全,用法治力量守护中国人的饭碗。

点评:东北黑土地是我国重要的粮食生产基地,粮食产量约占全国的四分之一,是保障粮食市场供应的重要来源,也是保障国家粮食安全的压舱石。不过,由于长期高强度开发利用和农业污染,同时缺少保护投入,黑土地退化加剧,甚至出现非法买卖黑土地现象,引起全国上下高度关注。

黑土地保护是一项系统工程、长期工程,事关国家粮食安全、生态安全,事关中华民族永续发展。期待法律颁布实施后,进一步压实政府、农业生产经营者、社会各方面的保护责任,及时跟进人大执法检查,将纸面上的保护政策落实到每一块黑土地上,确保黑土地总量不减少、功能不退化、质量有提升、产能可持续,切实保护好黑土地这个“耕地中的大熊猫”。(李万祥)

江德斌

在厂商手里,一般是根据自身市场定位、综合成本等制定产品价格体系,高端产品还能享受品牌溢价。而且,雪糕的供应链较长,需要全程冷链生产、储存、运输、销售,每一个环节成本都不低,价格也会随之上涨。现在,雪糕市场的产品定价层次多,从超高端到最低端,每个价格档次都有许多产品,均为厂商自主定价。

可见,不管是几十元一支的超高价雪糕,还是几元一支的平民雪糕,都是厂商应市场所做出的定价。当然,消费者有权根据自身的经济能力、消费偏好等,自由选购适宜的雪糕产品,也有权“吐槽”或拒绝高价雪糕,这是市场赋予消费者的权利。如果商家存在未明码标价、价格欺诈等行为,损害到消费者的合法权益,消费者可依法投诉、索赔,发挥市场纠错功能。

日前,国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》正式落地实施,要求经营者销售、收购商品和服务时,按照规定明码标价,“根据商品和服务、行业、区域等特点,做到真实准确、货签对位、标识醒目”。商家在售卖雪糕时,应主动遵守法律规定,做好明码标价。对于部分高价雪糕,可以用更醒目的价格标签,作出特殊标注和提醒,避免消费者误拿,从而规避“雪糕刺客”的伤害。

雪糕终究只是一个普通的商品,其定价高低,都基于厂商利益考虑,以维系自身生存发展。但在市场竞争机制下,最终的决定权在消费者手里,如果商家一味炒作口味、质量欠佳的高端雪糕,难以让消费者产生超值体验,势必经营不长久。

“雪糕刺客”亟待“雪糕护卫”制服

杨玉龙

如今,高价雪糕有了“雪糕刺客”的别称,意指冰柜里那些其貌不扬的雪糕,当消费者拿去付钱时,它们会用价格“刺人一剑”(太贵)。这样的情形,难免会让消费者心生不满。从情理角度来讲,雪糕本不该成为奢侈品,作为夏季的热门消暑食品,消费者需要的是物美价廉的亲民产品。

加强监管,规范市场秩序很有必要。7月1日起,国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》正式施行。该规定提及,不标示或显著弱化标示对消费者及其他经营者不利的价格条件,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的,属于价格欺诈行为。这就意味着,消费者在购买雪糕时,若遭遇上述消费情形,可以理直气壮维权。

对于经营者而言,理应做到明码标价。据报道,目前市场上对雪糕的具体标价方式暂没有统一规定,有的雪糕甚至没有外包装,价钱标签也没地方贴。即便如此,也不能作为不标价的理由。商家可以把雪糕的价格表贴在冰柜旁或者其他地方,保障消费者的知情权和选择权,避免给消费者带来“被刺一剑”的感觉。

对于高价雪糕,相关部门应引起注意。雪糕“没有最贵,只有更贵”的背后之因,一方面是成本上升,另一方面在于各种IP属性加持。对此,监管部门既要守好食品安全底线,又要下大力气规范市场秩序,加大对价格欺诈等违法违规经营行为的打击力度,切实维护消费者合法权益。

作为消费者,一方面要对“天价雪糕”保持理智心态,切莫跟风消费;另一方面,对市场存在的虚假宣传要学会甄别,遇到价格欺诈等行为,要积极主张自身权利,勇于通过法律途径维权。比如,发现雪糕价格与标签不符或没有标签,可向当地市场监管部门投诉,倒逼商家规范市场经营行为。

让“雪糕刺客”无处遁形,才是对市场和消费者最好的守护。《明码标价和禁止价格欺诈规定》施行,被广大网友誉为“雪糕护卫”,体现了消费者对市场规范的期待。希望监管部门切实负起责任,让违法违规行为在市场中彻底绝迹,让“雪糕刺客”无处可走。



点亮夏日“夜经济”

为进一步促进消费升级,提升城市“烟火气”,山西省商务厅整合步行街、一刻钟便民商圈、夜经济生活集聚区等线下实体商业资源,开展多渠道、多层次、多样化的“一揽子”促消费活动,让“夜经济”成为提升城市活力的新引擎。“后备厢集市”由于方式新颖灵活,又适合市民夏日休闲消暑的习惯,成为一种新的消费业态,吸引不少年轻人参与。新华社发

医保“减负”

国家医保局、国家发展改革委、财政部、国家税务总局近日联合印发《关于阶段性缓缴职工基本医疗保险单位缴费的通知》,明确统筹基金累计结余可支付月数大于6个月的统筹地区,自2022年7月起,对中小微企业、以单位方式参保的个体工商户缓缴3个月职工医保单位缴费,缓缴期间免收滞纳金。社会团体、基金会、社会服务机构、律师事务所、会计师事务所等社会组织参照执行。新华社发



图说世相

生前预嘱首次入法 临终抢救由患者做主

唐传艳

6月23日,深圳市七届人大常委会第十次会议表决通过了《深圳经济特区医疗条例》修订稿。其中,第七十八条在“临终决定权”上做出大胆突破,如果病人立了预嘱“不要做无谓抢救”,医院要尊重其意愿,让病人平静走完最后时光。深圳市也成为全国第一个实现生前预嘱立法的地区。(7月3日《成都商报》)

该条新法规,对不堪忍受过度抢救之苦的临终患者是一大福音。人之将死,个人意愿既难以表达,更难得到尊重。尤其当疾病缠身,患者说话交流的功能丧失,即使不堪承受过度抢救的痛苦,也只能被动忍受,直到生命结束。有了生前预嘱,临终抢救是否采取插管、心肺复苏

等创伤性抢救措施,是否使用生命支持系统等,患者可事先做好准备。值得一提的是,生前预嘱具有法律效力,医生和家属不可随意更改。

困扰临终患者家属的一道难题,有望得到化解。长久以来,这样的画面在生活中不断上演:老人处于弥留之际,子女若不“尽力抢救”,对内怕留下遗憾,将来自责“是我害了老人”;对外担心留下“把柄”,落得不孝子、舍不得花钱的罪名。倘若老人有多个子女,主张“放弃抢救”的子女还可能受到其他子女的指责。由此,弥留之际过度抢救,甚至“不到最后决不放弃”成为普遍现象。生前预嘱入法,家属不再面临两难选择,医

生也吃上了“定心丸”。近年来,民间也在大力推广生前预嘱,北京生前预嘱推广协会在业界广为人知。但民间倡导不具有法律效力,若患者亲属对此有异议,医疗机构可能面临民事侵权索赔或主管部门的行政处罚。生前预嘱具有法律效力后,医生可在法律的框架下做出选择,将不再顾虑重重。

也要看到,生前预嘱的完善和普及还有很长的路要走。生前预嘱涉及很多法律和医学专业概念,患者理解有一定难度,签署生前预嘱前,医生要为患者提供专业的指导与服务。创伤性抢救是否值得实施,损害与收益如何评估等,也要完善操作规范,使之有章可循。同

时,要避免被恶意利用,比如临终抢救的医疗开支很大,要谨防商业保险机构夸大生前预嘱的作用,等等。

生前预嘱既减轻了患者的痛苦,也能减少医疗浪费,让老人的离世从“生死两相憾”变成“生死两相安”。通过立法赋权,患者对临终抢救的决定权有了最可靠的保障。诚然,生前预嘱首次入法,规则未必成熟,但只要持续探索、深入研究,相关法律体系一定会日趋完善,让更多人能够从从容而有尊严地离世。

犀利榜