

提振消费信心,我们需要的不仅是购物节

本报评论员 蒋菡

多时的商家需要一个回血的契机,缓慢回升的中国经济更需要一个提振消费信心、拉动消费回暖的突破口。

从某电商平台的店庆日,发展成为各大电商企业、商家积极参与,线下零售业争相搭车的全民购物节,年中的“618”与岁末的“双11”一起成为受消费者热捧的消费节日。造节,见证了消费模式变化为消费注入的新活力,也是人民群众对美好生活向往的折射。而在疫情背景下,今年的“618”更有了特别的意义。

数月以来,受疫情影响,各行各业均受到不同程度的冲击,实体零售业则是重灾区。根据国家统计局数据显示,2020年1月至5月份,社会消费品零售总额138730亿元,同比下降13.5%。疫情给零售业带来挑战,但也催化了行业变革。线下门店受影响停摆,倒逼众多企业发力在线销售,开启直播带货。数据显示,5月线上消费品零售增速提升至22%,为2019年下半年以来的最高增速。

疫情极大地改变了消费者的购物习

惯,很多人体验到足不出户线上购物的便利,今天这个购物节可能成为印证和进一步深化这种消费趋势的一个节点。而眼下,疫情的阴霾尚未散去,很多行业尤其是中小企业、个体工商户仍经受着严峻考验,亟待这一轮消费盛宴助其摆脱困境。消费是拉动经济增长的一大引擎,促进消费潜力释放是有效对冲疫情影响、加速经济回暖的重要举措。

今年的“618”年中大促,与往年相比有着更高的热度。各大电商平台从5月就开始热身,各显神通推出促销活动,一些直播平台也跻身其中,成为重要的流量入口。各家企业则摩拳擦掌,铆足了劲要大干一场。明星集结的综艺盛典、总裁齐聚的直播带货,加上万“券”齐发的消费券助力,可以预见,这场升级版的购物节有望出现一个个被刷新的销售纪录。

而热闹的营销、火爆的流量,应该不是购物节升级的全部。明星带货或许会制造出短期的爆款,但理性的消费者最终只会为品质优良的产品和服务买单。消费券可以

起到短期的刺激作用,而支撑起长久需求的,还是产品和服务本身。

购物节升级的同时,更应该让消费者体验升级。比如,有商家先涨价再降价、玩数字游戏欺骗消费者;有商家借促销清库存,甚至出售质量差的商品;还有直播间数据造假、主播虚假宣传的情况屡见不鲜,这些都需要加以规范。

今年的政府工作报告指出,电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用,要继续出台支持政策,全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势。类似今天这样的购物节,完全可以借助平台的大数据优势,深入了解消费者需求,优化业务流程,改善消费者体验,实现精准营销,提升消费者的下单率和复购率。

一次购物节只有一天,但争取消费者的努力则在日常每一天。防控疫情常态化的背景之下,提振消费信心非一日之功。我们期待一个购物节能带来消费的“回血”,更期待营造一个规范的消费生态,为拉动消费回暖注入不竭的活力。

G 融媒作品选粹

北京市应急响应级别调至二级,如何防护?



6月16日,北京市突发公共卫生应急响应级别由三级调至二级后,将坚持包括严格社区封闭式管理和健康监测、严格进出京管控等“九严格”措施。批发市场为何又出现疫情?市民有必要囤菜吗?应如何防护?

(本报记者 姬薇)

▶ 扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《进口三文鱼是传染源吗?批发市场为何又现疫情?市民有必要囤菜吗?》



小康生活长啥样?这是他们的答案



收入稳定、医疗有保障、老有所养老有所乐……你心目中的小康生活是啥样?小康不小康,关键看老乡。近日,《工人日报》记者在海南、广东等地采访了一些老乡,戳视频,看看他们眼中的小康生活是啥样。

(本报记者 车辉 王维维 杜鑫 叶小钟 王伟伟 刘友婷)

▶ 扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《小康生活长啥样?每个人的答案不一样》



核酸检测员:疫情下的病毒“猎手”



周海峰是北京爱普益医学检验中心的一名核酸检测员,他所在的团队做的核酸检测量已超过15万例。在他看来,医生是健康的守护神,核酸检测员是病毒“猎手”。他说,每一次核酸检测背后都是成百上千人的生命安危,容不得半点失误。

(本报记者 王伟伟 史宏宇)

▶ 扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《揭秘疫情下的病毒猎手 | 三工视频·新360行之核酸检测员》



送上门的“小康味道”



炖肉、肉沫豆腐、香菇油菜、鸭血笋丝汤——这样一顿美味可口、营养丰富的午餐,在江苏苏州工业园区娄葑街道的居家养老爱心厨房只需要花费3元。爱心厨房由街道和12家动迁社区共同出资建成,快递小哥、党员志愿者等为老人们提供送餐上门服务,现阶段已覆盖辖区内60名老人,包括10名省市两级劳模。

(本报记者 吴凡 王伟 张子渝)

▶ 扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《居家养老午餐问题如何解决?看快递小哥与社区的“神奇妙招”》



长江禁渔令 不能沦为一纸空文

戴先任

据6月16日新华社报道,从2020年1月1日开始,长达十年的长江“禁渔令”开始实施。目前,“禁渔令”实施已近半年,但长江偷捕鱼类现象并未禁绝,特别是有“江鲜”之称的长江刀鱼仍在暗中交易,有的一公斤能卖到6000元左右。暴利驱使下,长江鱼类的捕捞、运输、销售,已经形成完整的黑色地下产业链。

其实早在长江“禁渔令”之前,长江刀鱼就进入了全面禁捕时代。农业农村部去年初发布通告称,从2019年2月1日起,停止发放刀鲚即长江刀鱼专项捕捞许可证。但这并没有让长江刀鱼在市场上消失,反倒使其供不应求而身价暴涨。一些饭店,一条三两多的长江刀鱼可以卖到1000多元,甚至2000多元。

“禁渔令”的禁渔效果不明显,有不少原因。比如,执法力量疲软——承担保护长江重任的渔政部门人员严重不足,长江江苏段400多公里,有渔业执法资格证的只有217人,长期在一线工作的约100人。比如,监管难度——长江区域大,一些不法人员偷捕鱼类往往呈现组织化、专业化,发现和处置难度大。对此,一方面要弥补长江渔政力量不足等问题,比如增强专业执法力量,加强装备建设和配备,还可以聘请退出捕捞的渔民及志愿者成为护渔员,充实渔政力量。另一方面,升级执法手段,比如加强部门联动,运用一些高科技手段,对捕捞、运输、销售、餐饮等多环节形成“全链条打击”。此外,对那些滥食野味的消费者也要加强宣传引导,必要时依法追责。

长江是世界上水生生物多样性最为丰富的河流之一,但长期以来的过度捕捞与环境污染已经造成长江刀鱼等鱼类资源量急剧衰减,比如长江白鲟就在今年初被宣布灭绝,不少长江物种都已岌岌可危。如何防止“禁渔令”成为一纸空文,考验着各地相关部门的执行能力及责任担当,这也是对人类能否与自然和谐相处、和谐共生的一次重要考验。

“代办”衍生黑产,呼唤畅通正规救济渠道

张国栋

当你身陷信用卡债务纠纷,如果有人声可以“帮助”你向银行投诉,你会如何做?如果有人称你所购买的保险产品“存在欺诈行为,已有多名消费者投诉”,并表示可以“帮助”你代办“全额退保”事宜,你又该如何选择?近年来,此类问题快速增长,其背后甚至形成了黑色产业链,严重侵害了金融消费者的合法权益。(见6月16日《经济日报》)

这些问题看似小众,实则与大多数人有关。因为,相当一部分人都持有信用卡,也有很多人购买了各类商业保险,一旦不法分子实施上述伎俩,“中招”并遭受损失的人可能不少。以“代理退保”为例,不法分子冒充监管部门的工作人员或保险公司人员,谎称消费者所购保险产品“存在欺诈行为”或“继续

持有保单将蒙受经济损失”等,怂恿消费者退保,甚至诱导消费者退旧投新,以赚取佣金。此时,若消费者终止正常的保险合同,则将丧失风险保障;未来如果该消费者想再次投保,还可能因年龄、健康状况变化等,面临保费上涨、被拒保等情况。

“代理退保”名为代理维权,实则牟取暴利。不法分子通常会要求消费者支付高额服务费、资料费等,还有些不法分子利用其所掌握的消费者银行卡、身份证件等信息,截留、侵占消费者的退保资金,甚至诱导消费者参与非法集资,危害甚大。

针对这些问题,多地监管部门均表示,保险消费者应通过正规渠道维权,监管部门未设立过退保中心,也未与相关组织合作为消费者办理退保。消费者一定要在明确保险责任、保障功能、保险期限、除外责任、退保损失等重要信息后,谨慎选择产品。

除了必要的提醒,相关部门还应在事后救济上发力。许多所谓的“代理”之所以成了气候,除了不法分子狡诈、消费者警惕性不高外,事实上也存在正规维权、投诉渠道不畅的原因,消费者遇到问题,让人“代理”成了一个相对简单或者说无奈的选择。比如有些保险产品,消费者就算有合理的缘由,想顺利退保也不容易;在处置信用卡债务方面,也不乏类似的问题。有需求才会有市场。

铲除此类“代理”黑色产业链,一方面要强化监管,严厉打击。提醒消费者明辨是非,注意防范。另一方面,也要有处置信用卡债务、退保等业务的“阳光法案”——立行立改,进一步畅通维权、投诉渠道,符合条件的“马上办”“快速办”,以实际行动回应消费者关切,而不是设置障碍,减损消费者合法权益。如果这样的“阳光法案”能落地落实,上述黑色产业链自然会少一些市场和生存空间。

涉黄直播“水很深”,要斩草更要除根

就反转了——上述夫妻二人以盈利为目的,通过非法直播平台,以网约车司机迷奸女乘客为噱头,公开进行色情表演,吸引他人观看。

首先,根据刑法相关规定,即便是夫妻关系,直播“强奸现场”的行为也涉嫌构成制作、传播淫秽物品牟利罪。如果行为人传播的淫秽视频达到10个以上的,或者被点击5000次以上的,即可构成犯罪,可处三年以下有期徒刑,拘役或者管制,并处罚金。直播平台若明知或应知是淫秽信息而放任其传播,可能构成传播淫秽物品牟利罪的共犯,或者可能构成帮助信息网络犯罪活动罪。

其次,行为人在直播“强奸”时,向网友介绍其属于滴滴公司网约车司机的做法,无疑将滴滴公司拖入舆论的漩涡,使公众

尤其是女性消费者对涉事公司是否能够充分保障消费者的人身安全产生合理怀疑,进而严重败坏企业的商业信誉和良好声誉,甚至可能导致企业的市场份额、美誉度、营收水平下降。

对此,根据刑法规定,行为人捏造并散布虚假事实,损害他人的商业信誉、商品声誉,给他造成重大损失或者有其他严重情节的,将构成损害商业信誉、商品声誉罪。退而言之,即便此事件中行为人的行为尚未达到构成损害商业信誉罪的严重程度,那么也已构成民事侵权——根据民法总则的规定,法人、非法人组织享有名誉权、荣誉权等权利。

再有,涉事直播平台除有可能与行为人构成共同犯罪外,还可能要对行为人的民事

侵权承担连带赔偿责任。除非平台能够证实其尽到了合理的审核义务,或者发现违法行后,及时采取了删除、下架等防止损失扩大的措施。

事实上,令人咋舌的是,该平台不仅没有尽到相关义务,还充当了“黄播”的帮凶——从当地警方的通报中可以看出,该平台属于“非法直播平台App”,事件发生后还通知其他涉黄主播“不许大露,只能闪现。”目前,该平台已经停止运行,大部分主播“转战”到其他直播平台。某种角度上,此番案件其实揭开了一些涉黄直播平台“产业链”的冰山一角——涉黄直播App必须通过特殊渠道下载,在一系列打赏、充值后方能看到相关直播内容。

无论是涉案的个人,还是相关直播平台,都严重突破了公序良俗和社会底线、法律底线,我们理当支持被害企业向作恶者索赔,让其承担刑事责任的同时承担高昂民事赔偿。此外,更要引起重视的是,通过个案暴露出的涉黄直播,实际上“水很深”,相关部门有必要加强研究和监管的力度,不给这些藏污纳垢的平台任何生存的机会,更不能让它们发展壮大进而荼毒互联网生态。

▶ 扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《居家养老午餐问题如何解决?看快递小哥与社区的“神奇妙招”》



文字整理:赵琛