

不要让消费者成商家跑路的冤大头

■ 姜春康 媒体人

在经常消费的商铺办一张会员卡或储值卡,不仅方便,还能打折,是许多消费者的习惯。然而近日,山东烟台市民徐女士便反映,她在幸福路的一家“氧发堂”染发店办理了1000多元的会员卡后,店铺却突然关门了。储值卡变成了“死卡”,这让消费者们追债无门,生气又无奈。(8月23日人民网)

商家白天关门,晚上开车搬东西,一个月内就溜之大吉,这样“有预谋”的“逃”,太坑消费者。近年来,各地预付卡发卡商家“关门跑路”事件频频发生,美容美发、保健、健身等行业尤为突出。不要让消费者成商家跑路的冤大头,就需要多管齐下防商家跑路。

首先,消费者应确定是否长期需要此类服务谨慎办卡,切莫贪图一次消费的高

折扣而落入商家制造的“陷阱”。办卡前要多看多问打听,看商家营业执照,问具体条款,打听经营是否正常等情况。要知道,不少加盟店由于加盟模式的不同,与总部的法律关系也不同,进而加盟店承担法律责任的能力和态度也不同。理性消费,不要相信商家的口头承诺。其次,消费者一定要拿起法律武器。近些年来,预付款消费出现的问题多,但最后走上诉讼道路的比例很少。一方面消费者嫌麻烦或认为数额小,个人“认栽”,这很没必要。如果一个顾客的卡上余额较小的话,有相互认识的顾客可以一同报案、增加案值;另一方面不少消费者法律意识不强。在预付款消费遭遇问题时,消费者一定要尽快向消协、工商部门进行投诉,工商部门调查确定有携款潜逃嫌疑的,有必要到公安部门报案。

再者,杜绝不良商家借“跑路”敛财,

遏制他们肆无忌惮发卡捞钱,需要从法律和执行上硬起来。早在2012年,我国商务部就出台《单用途商业预付卡管理办法(试行)》,要求商家必须写明“单用途卡购买、充值、使用、退卡方式,记名卡还应包括挂失、转让方式”,而在现实中,不少企业都用“最终解释权归自己所有”,用时间限制或不让退款退卡,侵害消费者合法权益。同时,该办法要求规模发卡企业、集团发卡企业和品牌发卡企业实行资金存管制度,如果发生企业“跑路”事件,就能用这笔资金来赔付。但遗憾的是,主要针对的是商场、超市等备案过的企业,并没有对所有商家进行强制规定,这显然成为制度上的“先天性缺陷”,这就急需提高预付式消费经营者设置资格准入门槛,并强制建立履约保证金制度,解决目前监管中的法律盲点。当前,不少预付款办卡的商家套路太深,他们的目的就是“引君入瓮”。

如果能对个体工商户收取预付款实行备案管理,对未经备案私自收取预付款的商家依法处罚,就容易从源头上规范预付款收取,更好地保障消费者权益。

当然,他山之石可以借鉴。近日,湖北省修法拟将商家卷款跑路的情形视为欺诈行为,保护消费者权益——经营者未事先通知已交预付款的消费者并作出妥善安排,不提供或者不按照约定提供商品、服务又无法联络的,视为欺诈行为。这样的制度,对防止商家跑路保护消费者权益,有着非常重要的意义。同时,宁波市推出了单用途商业预付卡履约保证保险,通过“互联网+保险”方式给予保障,“就算商家跑路,剩下的钱还会有保险公司来赔偿”,这样的创新监管机制,可大大提升受益面,不仅让消费者心安,即使对监管部门来说,也会事半功倍,不失为可全面推广的好办法。

破解外卖垃圾“围城”要打“组合拳”

■ 廖海金 财经评论员

足不出户轻点手机,大概十几分钟后一份热腾腾的美食便摆在了面前。近两年,随着外卖行业迅速发展,不断增长的外卖垃圾潜伏的生态隐患引发担忧。外卖平台、商家能否从源头控制餐盒材质及数量?巨量的外卖垃圾又该如何处理?(8月26日《新京报》)

随着“互联网+”时代的到来,近年来,网络外卖行业以其快捷、实惠、新潮等特点得到年轻一族的喜爱,市场潜力巨大。然而,一个不争的事实是,外卖垃圾潜伏的生态隐患已引发担忧,并渐成“围城”之势。

数据最具说服力。2016年,中国在线订餐用户规模达到2.56亿人次。以国内某外卖平台近期发布的大数据为例,其在国内市场有6亿用户,去年在线外卖用户消费频次每周消费3次以上的用户占比高达63.3%。这意味着,每周最少有4亿份外卖订单,产生至少4亿件外卖垃圾。另有报道称,外卖平台每天所用的塑料垃圾可覆盖42万平方米,大约15天即可覆盖一个西湖,全国每天产生的外卖垃圾规模就达到350吨之重,相当于一个中大型厨余垃圾处理厂的日处理能力。而经过媒体调查,这些垃圾目前基本处于无人回收的状态。

外卖垃圾的危害不可小觑。外卖送餐使用的塑料袋、塑料餐具、塑料外包装等,都属于塑料垃圾。普通塑料餐盒和餐具的主要成分是聚丙烯,塑料袋主要成分是聚乙烯,均是不可降解的普通塑料。这些塑料垃圾大多数与生活垃圾混在一起,通常直接焚烧或填埋,而传统塑料则几乎很难降解。而对于这些被扔进自然界里的塑料来说,要完全降解,至少要470年。这无疑会对土壤、水或空气造成严重污染,给自然环境造成很大的压力。

究其原因,一方面,重复利用和可降解材料推广普及不够。目前,很多外卖平台出于成本考虑,使用外卖材料多是一次性、不可回收利用的,材料本身极不环保,从源头上导致了污染的产生。另一方面,塑料回收渠道不畅。塑料回收价格低、再资源化成本高,回收者一般不愿捡满是油污的外卖餐盒,就算捡回来也要耗时耗力清洗,因此,塑料餐盒在回收市场上不受待见。无论是垃圾回收企业,还是城市的“拾荒大军”,都对回收塑料制品无兴趣。回收难还与我国回收体系不完善有关。塑料餐盒作为低附加值回收物,难以进入再生资源回收渠道,即便消费者主动将塑料垃圾分类,由于回收体系不完善,环卫车在运垃圾时,也有可能把各类垃圾混在一起拉走。

事实上,不光是我国,世界各国也同样面临着塑料制品带来的“白色污染”难题。今年初,世界经济论坛《新塑料经济学》报告称,在过去的半个世纪中,塑料的使用增加了20倍,预计在未来20年将再增加一倍。但数据显示,目前全球只有14%的塑料包装得到了回收。一份来自2015年的报告显示,每年大约有800万吨塑料进入海洋。

因此,破解外卖垃圾“围城”难题需打好“组合拳”。首先,要从源头入手,尽快出台外卖包装可降解材料标准。当务之急的是,相关部门需对“限塑令”实施近10年的塑料使用及塑料垃圾增长情况进行评估,制定外卖、快递行业使用塑料制品国家标准,强制推行可降解塑料制品。同时,加大执法监督力度,对违规生产、销售、使用超薄塑料购物袋等塑料制品者予以处罚,提高其生产、销售及可使用可降解塑料的积极性。值得一提的是,今年4月,外卖平台“饿了么”推出新一代环保可降解塑料袋,目前正在全国范围陆续推广。其食品科技研究室正在研制一种用生物材料制成的可食用餐具,包括餐盒、勺子、筷子等。对此,政府应该对这类企业给予税收激励等方面的政策支持,让其有更大研发动力。

其次,加强对外卖垃圾分类和专业回收处理。专家表示,外卖垃圾的识别相对简单,因此可以将其作为推进垃圾分类管理的突破口。譬如,在学生和上班族相对集中的区域,有针对性地开展外卖垃圾分类回收,待初步实现分类收集后,再指定专业公司进行统一回收处理,政府对回收企业给予一定的补贴,让其有利可图。

此外,提高公众的环保意识也殊为重要。从某种意义上说,“没有买卖就没有垃圾”。

找对队友必然“顺风”

■ 李劲松 国企职工

在中国联通历时4个月的混改落幕后,中国铁路总公司(下称“中铁总”)的混改也映入公众的视野。顺丰控股28日在接受机构调研时表示,将会认真研并积极参与中国铁路总公司的改革。顺丰公关负责人向新京报记者确认了这一消息。(8月30日《新京报》)

这一消息迅速传遍了整个互联网,更是在“铁粉”中成为了一道热议的话题。大多数“铁粉”认为:找对队友,必然“顺风”。

有这么一句话:“不怕神一样的对手,就怕猪一样的队友。”充分说明了找对合作伙伴的重要性,整体提升战斗素质的重要性。此句话若借用在当前世界经济发展新常态中,同样具有现实意义。

何为经济发展新常态?从国际发展环境来看,国际金融危机后全球经济发展格局正在发生深刻变化,全球化发展面临各种新挑战,世界经济亟待进行深刻的结构性调整与发展动力重塑。当前中国经济发展已进入新常态,这既是中国经济发展面临的国际环境发生深刻变化的重要体现,也是中国经济自身发展出现阶段性特点、面临创新转型的战略抉择。从中国国有企业和国内大型企业,恰恰是经济新常态下的扬帆者和开拓者。

因此,任何一家企业若不能眼观六路、耳听八方,不能够洞察新常态下的经济态势,仍因循守旧,在新经济大神手中,就很难再多得一杯羹。

这其中,队友的素养、胆识、姿态、信息源就显得十分重要。此时此刻,顺丰积极参与中国铁路总公司改革,应该说对双方都十分有利,必会成为双方最佳搭档。一方面,中国铁路是国有独资企业,其建设发展代表的不仅仅是铁路行业标准与水平,更是代表国家的实力和形象。铁路始终是国民经济的大动脉。铁路的运输优势和良好服务近些年为世人瞩目。铁路作为国家经济腾飞的引擎,外交的“金色名片”,无不体现中国铁路产品的优质后劲。

因此,可以断言,但凡与铁路加强合作的企业,都是具有敏锐的视角和洞察力的优质企业。其加盟铁路企业后,必然会受到世人高度广泛的关注。另一方面,顺丰自1993年诞生以来,始终专注于服务质量的提升,持续加强基础建设,积极研发和引进具有高科技含量的信息技术与设备以提升作业自动化水平,在国内外建立了庞大的信息采集,市场开发,物流配送,快件收派等速运业务机构及服务网络。应该说在物流行业中,顺丰已是鹤立鸡群,其与铁路网络的关联系、相似性极大,合作的前景十分广阔乐观。如此优质的企业,也应该是铁路之“最爱”。

顺丰控股表示,过去几年和中铁总一直有很好的合作,未来公司仍将继续加大与中铁总合作力度,充分利用高铁成本低、速度快等优势。关于中铁总的改革,公司将会进行认真研究并积极参与。从中不难看出,顺丰从与铁路的合作由来已久。总之,在当前国际、国内两方面经济发展进入了新常态的大背景下,找对良好的合作队友,必然“顺风”无虞。

戏画闲言

官商之间禁红包

■ 吴之如·文并画

《北京青年报》报道,北京市工商联提出推动构建“亲”“清”政商关系。在“清”上,着力加强对机关广大党员干部的教育管理,提出了“三个不许”,即工商联机关干部到企业调研不许吃拿,不许与企业家进行微信红包互动,不许机关干部配偶子女与市区两级工商联执常委有任何经济往来。

工商联在我们这儿,算是半官方机构吧,那么,它的机关干部其实就是官员了。



北京市工商联作出规定,不许其机关干部与企业家进行微信红包互动,从时下的反腐倡廉形势看,确实很有必要。官与商之间,若无明确而严格的政策和制度约束,就很容易被一些庸俗乃至腐朽的风气所侵蚀,生发出形形色色的腐败恶习来,无疑与

集体建设用地建租赁房可实现多赢

■ 魏文彪 编辑

今年是大规模推进租赁住房建设的第一年,国土资源部8月28日宣布,将在北京、上海、杭州等13个城市开展试点,利用集体建设用地建设租赁住房。国土资源部土地利用管理司副司长陈国庆接受采访时表示,通过改革试点,将在试点城市成功运营一批集体租赁住房项目,完善利用集体建设用地建设租赁住房规则,形成一批可复制、可推广的改革成果,为构建城乡统一的建设用地市场提供支撑。(8月29日央视网)

此次试点利用集体建设用地建设租赁住房的城市都是一二线城市,而一二线城市住房租赁价格都比较高,令部分低收入群体乃至白领阶层都较难承受。而正如央视报道指出的,此次改革试点以前,必须先通过征地的方式,将集体建设用地征为国有土地才能进行开发建设。而根据试点方案,村镇集体经济组织可以自行开发运营,

也可以通过联营、入股等方式建设运营集体租赁住房。如果集体组织自行开发,不仅政府征地环节没有了,连开发商这个环节也省去了,节省的成本会非常巨大。以北京、上海为例,土地成本占房价构成的70%,这部分都可以省去。加上开发商环节的省去,这样也就可大幅降低利用集体建设用地建设的租赁住房的租价,有利于更多的居民与个人租得起房,降低民众的租房负担。

根据试点方案,村镇集体经济组织可以自行开发运营,也可以通过联营、入股等方式建设运营集体租赁住房,这也就意味着农民个人可以通过入股方式参与建设运营集体租赁住房。这正如国土部指出的,利用集体建设用地建设租赁住房,开通了农民集体经济组织利用集体土地建设住房这样一个新的途径,对农民集体经济组织和农民个人形成一个长期稳定的收益预期。这样也就有利于

农民长期享受土地红利,促进农民增收致富。

此外,集体建设用地建设租赁住房的低租金,将会对市场整体住房租赁价格起到平抑作用,有利于稳定乃至降低市场住房租价。同时,由于集体建设用地建设的租赁住房租金低,许多人将会选择长期租住集体建设用地建设的租赁住房,这样也就有利于减少房地产购买需求,从而起到平抑商品房价格的效用。

开展利用集体建设用地建设租赁住房试点,是着力构建租售并举的多元化住房供应体系背景下的一大举措。人们期待此次试点能够在完善利用集体建设用地建设租赁住房规则,形成一批可复制、可推广的改革成果之后,在全国范围内进行推广,以在更大程度上满足不同收入阶层民众的居住需求,让更多的人实现住有所居,并对房地产市场健康稳定发展,起到积极的促进作用。

“问题鳄鱼皮带”引出的问题

■ 杜才云 职员

皮带是男人身份的象征,鳄鱼皮有招财辟邪寓意。然而,一条ELLE牌高档鳄鱼皮带并没有给张先生带来好运,这条皮带一年来不停地“折磨”着他,让他非常闹心。(8月24日中国网)

皮带的一般功能是把裤子系稳。此外,高档皮带更显高端大气。高档皮带也特别讲究质量,要求皮带配件质量好、表面光滑、有韧性、强度大,否则一旦皮带出了问题,受伤的可是“面子”。

去年7月份,张先生在北京某购物中心,以2700元的价格购买了一条“ELLE”牌鳄鱼皮带,当时专柜服务员郭小姐口头承诺“终身保修”。谁知,半个月后,该鳄鱼皮带相继出现各种质量问题,修一次不行,再修还是不行,甚至发生中间层断裂现象。

今年6月17日,张先生再次找到商城服务员要求返厂彻底维修,谁知厂家以过期为由,强硬要求张先生再支付300元。明眼人一看便知,这根“问题皮带”里面问题多多。

问题一:“终身保修”“口头承诺”岂能不认账?购买皮带时,服务员郭小姐给了张先生“终身保修”的口头承诺。因此郭小姐在“问题鳄鱼皮带”上,应该主动承担承诺的相应后果。换言之,如果郭小姐的“终身保修”承诺,只是卖出高档消费品的噱头,事后不兑现,那应该追究她欺骗顾客的违法责任。

问题二:问题皮带是如何通过多方检测的?皮带出厂前后,进入商城前后,必须经过厂家、商家、工商等机构的各种检测。然而张先生买的这根鳄鱼皮带,购买后不到半个月,相继出现皮带扣螺丝掉、表皮断裂、商城维修后再断裂、表层多处断裂、

中间隔层明显断裂等严重的质量问题,显然是一根质量不合格的皮带。这种质量的皮带是如何通过各种检测的呢?

问题三:厂家以过期为由,让张先生再出300元维修费,道理何在?如果皮带第一次出问题,就由商城直接送往厂家维修,皮带不会过保修期!归根到底,是该厂家发出的皮带没有质量钱伤了和气。遗憾的是,从商家、厂家的表现来看,显然没有做到这一点。

作为有社会责任感的厂家,不会生产质量伪劣的皮带,产品质量一旦出现问题,也应该及时给予更换或免费维修,积极处理;有责任感的销售商应该主动帮顾客排忧解难,而不是为这几百元钱伤了和气。遗憾的是,从商家、厂家的表现来看,显然没有做到这一点。

“腾格里沙漠污染案”是公益诉讼的胜利

■ 乔志峰 职员

腾格里沙漠污染一审结案:8家企业承担5.69亿修复费。8月28日,备受关注的宁夏腾格里沙漠污染公益诉讼系列案在宁夏回族自治区中卫市中级人民法院一审调解结案,8家被告企业承担569169634元用于修复和预防土壤污染,并承担环境损失公益金600万元。(8月28日《法制日报》)

此案与众不同之处在于,它属于公益诉讼系列案件。近年来,环境问题日益凸显,特别是十面霾伏、自然环境遭破坏,让越来越

多的人有了切肤之痛,全社会的环保意识和环保理念都有了较大提高。以前,由于诉讼主体等方面的原因,公益诉讼举步维艰,客观上纵容了某些不良现象。现在,随着公益诉讼的相关法规进一步得到明确,就扫清了障碍,相信今后类似的为公共利益鼓与呼的公益诉讼会越来越多。

八家企业,承担5.69亿元修复污染的费用,这不是个小数字,对他们来说也是必须付出的代价、必须承担的责任。可我们都知道,有些环境问题是不可逆的,一旦污染了就很难完全恢复原貌。我们一定要吸取教训,绝不能再走“先污染再治

理”的老路。

另外,当地的环保部门或许更应该为此有所反思。涉事企业的那些不正常现象,存在肯定不是一天两天了,之前检查过没有?发现过没有?如果没有检查或检查了没有发现,是工作能力问题,还是态度问题,抑或是地方保护的问题?当地还有没有其他一些企业存在类似情况?应该举一反三,来个全面而深入的大普查、大整治。问题不能只靠相关组织的公益诉讼来发现,更不能靠企业做出违法违规的过激行为之后暴露。做好日常的监管和督促,将问题扼杀在萌芽中,才是相关部门的职责所系。

“腾格里沙漠污染案”是公益诉讼的胜利,在一定程度上却是环境监管部门和监管体系的失败。坚持实施可持续发展战略,正确处理经济发展同人口、资源、环境的关系,必须成为全社会的共识。当发展和环境保护出现矛盾的时候,到底该如何抉择?勿庸讳言,现在某些地方依然在以牺牲环境的方式来换取所谓的“经济繁荣”。造成这种状况的原因很复杂,有些还是万不得已。但无论如何,环境遭到了破坏,这样的后果是谁都不愿意看到的。向污染宣战、治理环境已经从民生问题上上升到了执政能力问题,这才是最大的民生。