

“雁过拔毛”不改 旅游业的毛病难治

■ 徐建辉 职员

春节前,云南省副省长陈舜以普通游客的身份参团旅游,所见所闻让他深受刺激。在一家旅游购物商店,游客享受到“一对一”服务。说白了,所谓“一对一”就是人盯人,游客购物达不到一定金额,甭想走出店门。“团里有老有小的,这种事商家也干得出!”(2月23日《人民日报》)

近年来,随着人民生活水平的提高,旅游市场也日渐繁荣,但是同时也乱象丛生,问题频发。从“低价团”“零团费”“一日游”,到“天价大虾”、高价盒饭,再到前段时间的景区打人毁容、客栈老板猥亵女房客,现在又曝出“副省长参团遭遇强制购物”,这两年有关旅游行业的负面消息可以说是接二连三,令不良舆情持续发酵。人们不禁要问,旅游业到底得了什么病?

“共享汽车”远行 需要文明的“基石”

■ 李蕊 职员

手机下单、随叫随走、每公里 1 元……继“共享单车”后,时尚、酷炫的“共享汽车”又成为北京、上海、深圳、重庆、成都、武汉、杭州等地的街头一景。只需下载手机 app,注册后就能用手机在附近找到汽车使用,到达目的地后把车还到指定的停车网点或任意的正规停车场。(2月19日《新华社》)

近两年,出行市场借助互联网的“翅膀”实现了新的“腾飞”。滴滴打车、摩拜、ofo 一夜爆红;“共享单车”更圈粉不少。国人的消费价值观发生巨大变化:“占有”不再是人们最看重的价值指标;“共享”才是消费的主旋律。

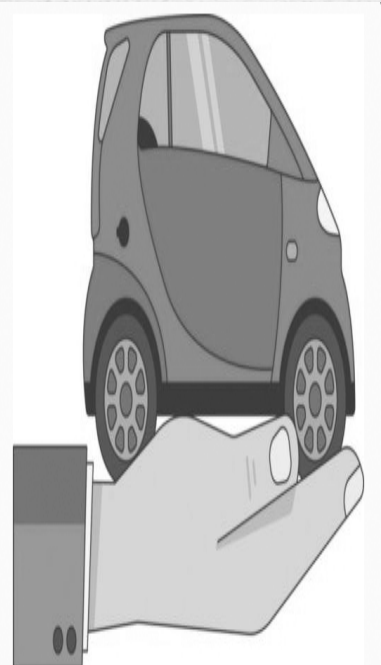
随着人们消费意识的提升和社会资源的丰富;“共享单车”“神州快车”等这些方便快捷的新型出行方式成为更多人的首选。以“共享单车”为例来说,不仅解决了公众短途出行的问题,化解了“最后一公里”接驳的尴尬,还节约了出行成本,更有效缓解了城市交通的拥堵、环境的污染。如今,共享单车已经在不少城市普及开来,出行者已开始“随骑随走”的模式。

正是“共享单车”的前期铺垫,让“共享汽车”一经问世,便得到众多消费者的青睐。公众对“共享汽车”具有巨大潜在需求,因为在我国大中城市,买车、养车成本越来越高,再加上限行政策、上牌难及城市停车位饱和等问题;“共享汽车”的发展前景还是比较乐观的。可是,眼下对“共享汽车”全方位开放,还有些为之过早。

“共享单车”的风靡也暴露出公共文明的短板。很多网友说:“公共单车”就是国人素质的照妖镜。的确,这种新型的代步方式已经到了“无路可走”的尴尬境地。很多人把其原因归咎于各种路面“障碍”,机动车抢道以及单车管理缺位等方面。但不可否认,部分人的道德失范也让网约车难以为继。私藏单车、破坏单车的现象屡见不鲜。这样不仅会大大降低网约车的使用效率,还会引起“破窗”效应,从而加剧网约车的停滞不前。

“共享汽车”与“共享单车”不同,汽车的破坏范围远比单车大得多,而损坏后使用的安全系数也大大降低,被损坏后的汽车再次上路,隐藏巨大的安全隐患,对生命安全造成严重威胁。另外,公共汽车的维修成本,管理难度也很大,目前来看,我国相关制度约束还不够健全,管理能力处于低下状态。用眼下“公共单车”的伤害比重加以衡量:“公共汽车”的远行会步履维艰。

无论是“公共单车”还是“公共汽车”,都需要全社会较高的道德水准作为支撑。“共享汽车”远行需要文明的“基石”,我们应该按照规定正确使用网约车,在使用中要把它作为自己物品一样爱惜保管,只有文明使用才能让这项公共资源释放更多正能量。



本来,旅游是放松身心,令人赏心悦目的事情,人们出游,绝对不是为了花钱买罪受、买气生。而旅游市场出现的欺诈误导、强制消费甚至打人骂人等严重威胁游客人身安全的事情,实在让人放松不下来、高兴不起来。它不仅损害了游客的合法权益,扰乱了旅游市场秩序,更为恶劣的是破坏了当地苦心经营的旅游形象,打击了人们的旅游信心,最终损害的是整个国内旅游业的发展。

对此,尽管每次负面事件发生后,当地政府和行业主管部门都对肇事者进行了严厉的处罚,也都针对暴露出来的问题进行了相关的整治,有些地方还成立了专司旅游执法的旅游警察,国家旅游局更是出重拳对一些管理混乱的 5a 级景区进行了“摘牌”处理,但是,正如“按下葫芦浮起瓢”,人们还是看到旅游行业不断暴露出新的问题,可谓屡禁不止。这到底是因为什么?

对共享单车不要“为质疑而质疑”

■ 舒圣祥 媒体评论员

使用共享单车需预付押金,以摩拜为例,去年 12 月活跃用户量已达 335 万人,每月活跃用户押金总额超过 9 亿元。但押金退款不能实时到账,提交退款申请后要等待 1 到 7 个工作日才能成功退款。企业还要求,在押金申请退还期间,不能使用该公司共享单车。央视《第一时间》节目据此提出质疑:在一充一退的时间差里,共享单车平台,会用这笔庞大的资金做什么呢?这部分账户是不是处在监管的灰色地带呢?

最近,共享单车是个热门话题,有点像当初热炒网约车的感觉。媒体报道里,有市民对共享单车不爱护,有市民乱停乱放,还有的质疑共享单车没上牌,有的高大上一点,则担心共享单车模式会不会是新的烧钱游戏。说实话,除了市民素质确实有待提高之外,这里面很多问题都不是问题,比如有人违章骑行不缴罚款,交警扣车也没用的尴尬,根本不关有没有车牌的事情,交警部门只要联系一下企业,就能立即知道违章骑行者是谁。

相比之下,央视对于共享单车押金问题

所谓治标不治本,一些地区的整治决心和力度不可谓不大,有些地方官员还表态要“壮士断腕”,但是均未能将功夫下在根子上。“断腕”勇气可嘉,但是要真正找准生病坏死的那只“腕”才有效。旅游业乱象的病根到底在哪里?正是在“雁过拔毛”、不求下次的经营理念和短视做法上。

不是将游客当作“上帝”而想方设法改进服务体验,反而将顾客视为“盘中餐”“锅中肉”,千方百计吸引进店后很宰,这不就是那种一次到位、不图下回的“黑店心态”吗?有这种心态作祟,各种欺客行为和奇葩乱象的出现自然不足为奇。

其实,旅游业除了赚钱盈利,还是一个文化产业,肩负的还有传播地域文明、增强本地综合竞争力的使命。况且,旅游业不仅需要一时的利润支撑,更需要的是可持续发展和好口碑与“回头客”源源不断地“供血”。

的关注,算是另辟蹊径。但是,说实话,作为一档财经节目,记者的报道有些地方让人遗憾的。一是,共享单车并不存在押金充进去容易退起来难的问题,这个问题在各个城市的公交卡以及城市公共自行车中确实存在,但是共享单车嫁接的是移动互联网,完全不存在这个问题。押金即使不能完全做到秒退,一般也能在两小时内到账,消费者都不像,没有好的使用体验,共享单车发展不起来。

二是押金高不高的问题。任谁做生意,也得首先把风险降到最低,押金与单车的实际价值和企业的风险偏好紧密相关。如果单车值 300 元押金只 10 块,很多人可能就会选择不要押金要单车了。这跟个人素质有关,同时更与制度设计的合理性有关。关键是,你既然选择了支付押金,说明你认为合理,要不然你不会接受,谁也没强迫谁,这和某些政府性的乱收费是完全不一样的。节目中那位说“有点不值”的先生,实在有点奇怪,如果你觉得不值可以不用。

三是退押金期间不能使用单车。这个居然也能成为质疑的点,让人无法理解。如果退押金期间仍能继续使用,那不是会留下明

显的漏洞吗?反正押金也退了,车也借走了,这么大个漏洞,不出一天,车子就要全部丢光,共享单车统统成为私人单车。

四是押金去哪里了的问题。这显然是央视记者最为看重的点,独家视角令其兴奋莫名,并且顺势提出了缺少监管的问题。可是,我们作为电视观众,我们从来不问央视那么庞大的广告费,都去了哪里;我们也不会说,央视的广告费处在监管灰色地带,相关部门应该给管起来。为什么?因为我们知道,这是企业该考虑的问题,企业肯定会比我们的更多更好;因为我们知道,企业肯定是要赚钱的,要不然活不下去,把企业想象成做慈善是不对的;因为我们还知道,监管绝对不能深入企业经营行为,否则就不存在市场经济。

笔者知道,媒体同行看到热点,总不愿意错过。而且总希望能够另辟蹊径找到独家。但是,无论如何,千万不要“为质疑而质疑”,更不要把所有的质疑最终都归结到呼吁政府监管上来。对于双创的鼓励,一是要包容可能出现的问题,任何新生事物不可能一出生就尽善尽美;二是要做一个公正的旁观者,看不懂的时候宁愿闭嘴,也不要为发声而发声、为质疑而质疑。

邮政会在民营快递寒冬里崛起吗?

■ 邓海建 媒体人

从今年 3 月 1 日起,修订后的《邮政普遍服务》标准将正式实施,原标准将同时废止。新标准实施后,包裹寄递时效大幅提升,城市地区所有包裹将按地址投递,用户不用像过去一样拿着通知单前往邮局领取包裹。此外,邮政企业对用户投诉答复结果的时限由现行标准规定的 30 个工作日缩减为 15 个。(2月22日《北京青年报》)

邮政包裹,终于不需要再多此一举地拿着单据跑邮局领取了。

这个喜大普奔的消息,虽然迟到却也可喜。尤其对民营快递不太发达的城镇和农村来说,小包裹投递入户,省却用户千辛万苦。这样的变化,据说是因为《邮政普遍服务》标准自 2019 年 10 月 1 日与修订后的邮政法同步实施,部分内容已明显低于目前的现实水平,不能反映邮政普遍服务的实际能力和达到的水平,且随着经济社会的不断发展,人民的基本用邮需求已经发生了很大变化,原标准已无法满足。简言之,一是邮政快递该治懒了,二是市场的鞭子抽响了。

在网络时代,快递已经如柴米油盐般融入寻常生活。国家邮政局发布的春节期间快递业务数据显示,1 月 27 日至 2 月 2 日,全国快递企业累计完成业务量 1375 万件,较去年同期增长 198%。年节尚且如此,双十一等节点更不用说了。不过,眼下“停摆”的圆通快递事件,亦警示着粗放竞争的多输格局。圆通事件发生后,刘强东在微博上指责快递业对员工的压榨,称是电商十几年高速增长隐藏起来的毒瘤:“大家只看到所谓的电商就业数字,而看不到 90% 以上的电商从业人员没有五险一金或者少的可怜的五险一金。”事实上近年来,除顺丰外,以三通一达为代表的民营快递企业在低价竞争的状态中无力破局,同时过度依赖电商业务导致快件产品结构相对单一,这对民营快递业带来考验。

十年价格战,一朝终雪崩。2013 年双 11,韵达快递北京金融街派送站的 21 名员工发现自己的经理去向不明。他拖欠了员工 3 个月工资,站里积压了两万件包裹。2016 年 1 月,上海圆通延吉店老板被曝拖欠员工工资,疑似跑路,大量快件堆放在网点外,无人管理……即便是在网点成熟的地区,锤子科技创始人罗永浩、音乐人左小祖咒,都曾因快件丢失事件,在微博上与快递公司隔空对骂。纷繁乱象的背后,是民营快递以畸形低价换取市场占有率之祸。在这个层面,传统邮政快递却显得高傲而保守:一方面是固守既有的业务状态,进步缓慢;另一方面是疏于对市场信号的反馈,远离民意。这些年,邮政包裹所遭受的话病并不鲜见。

在电商飞速发展的今天,中国快递员的素质与质态不仅是个产业问题,更是冷暖相系的民生议题。2 月 16 日,国家邮政局发布《快递业发展“十三五”规划》,提出到 2020 年,基本建成普惠城乡、技术先进、服务优质、安全高效、绿色节能的快递服务体系。要实现这个目标,邮政改革固然重要,引导民营快递健康起来,也是当务之急。

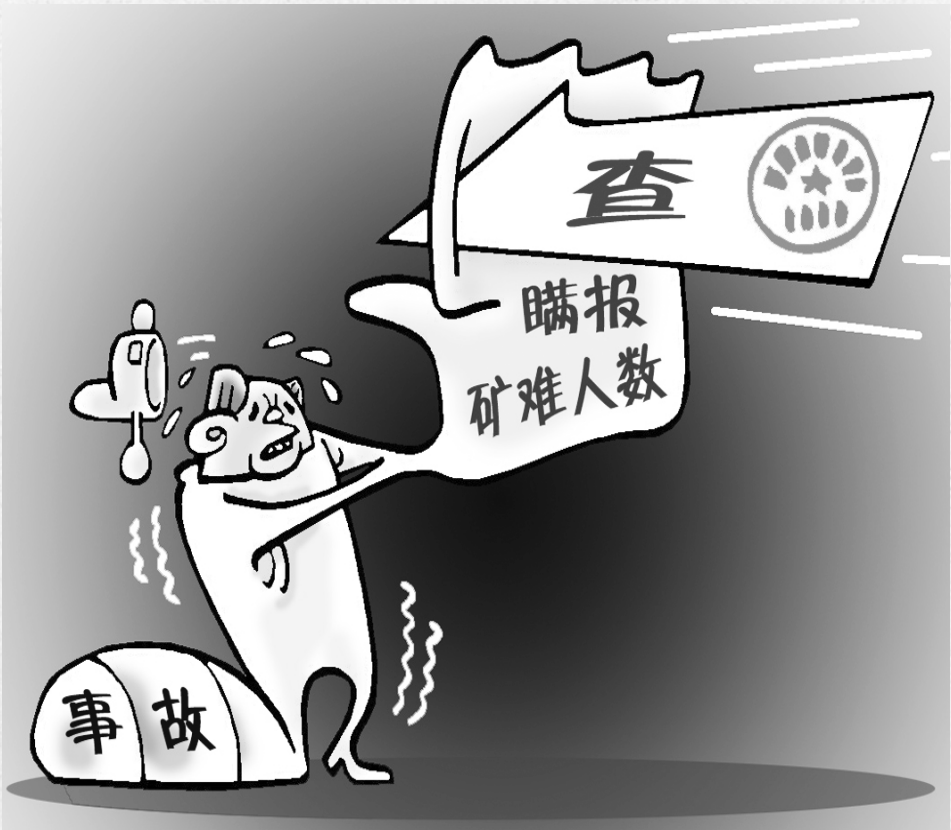
邮政能否在民营快递寒冬里崛起?这个问题需要市场来回答。但不管是哪种快递,少点行政束缚,多些市场信仰,物流的春天才会万树千花起来。



戏画闲言

矿难人数竟敢瞒报

■ 吴之如·文并画



老店再开张,食品安全监管的新路径

■ 夏熊飞 时评人

记者日前获悉,因证照问题停业一年多的上海民间美食梦花街馄饨,在上海黄浦区市场局牵头和饿了么扶持下,于上海中环路光启南路交界的新店重新开业。这是继阿大葱油饼后,网餐平台饿了么又再帮助一家民间美食飘香街头。(2月20日《中国经济网》)

梦花街馄饨,曾被誉为“上海滩十碗最好吃馄饨”之一,一直深受上海市民喜爱。2015 年 8 月,经《梦想改造家》帮助,三层共 24 平方米的弄堂小店,被改造为商住两用店铺。随后馄饨店爆红,成了市民乃至外地游客慕名前来的“景点”。

走红带来的不只是生意的兴隆,更让这家 20 多年的老店被曝出“一直没有营业执

照和食品卫生许可证”,进而被相关部门关停。后因店铺租金昂贵等问题,馄饨店一直未能复业。其实这是很多传统民间美食老店都可能遇到的问题,在网络时代,走红可能来得猝不及防,而一旦走红,就可能被置于放大镜下审视,而这些老店往往多是家庭作坊式经营模式,生产、卫生等条件往往很难完全达标,因而,伴随着走红的往往还有被关停的风险。

民以食为天,食以安为本。在食品安全问题面前,可不分什么老店新店,只要不达标存在安全隐患,都应当被关停整顿甚至取缔。可见阿大葱油饼、梦花街馄饨被关停,相当大部分问题是出在它们自己身上,这也就是众多其他想要继续传承下去的老店需要汲取的教训。

只是,政府部门在严格执法,关停不合

格餐饮经营商户的同时,也应该不断探索食品安全监管的新路径。老字号或许有这样那样的问题,但它们代表了众多当地民众的记忆,民间美食也是传统文化的一部分,理应得到保护与传承。一关了之固然省事,但未免令人心生遗憾。而倘若通过对这些传统老字号的帮扶,协助它们引进现代的管理与经营模式,让其既符合市场需求,在安全方面又有保障,岂非两全其美之事?

阿大葱油饼、梦花街馄饨的重新开张,得益于上海市相关的职能部门与知名上海本土企业饿了么公司的通力合作。政府部门主要负责协调店面的选址、相关证照的协助办理,饿了么则提供资金、技术、管理方面的支持。政府与企业的良好合作,才换来了两家知名美食老店的新生。

原来,在食品安全监管方面,除了刚性

的严格执法,还可以有如此柔性的另一种方式:除了职能部门亲自上阵、事事亲力亲为,还可以借助企业等社会力量实现共治共管。实践也证明,刚柔并济、内外结合往往能达事半功倍之效,阿大葱油饼、梦花街馄饨重新开张营业的案例,就是最有力的证明。不仅管住了食品安全问题,也让老店得以重新焕发活力,同时还保障了市民品尝美食的需求。

两家传统美食老店的先后重新开业,也为今后的食品安全监管提供了一条可资借鉴的全新路径,除了整顿关停取缔等手段之外,还可以通过政策帮扶、政企合作等方式,助推“问题”商户实现新生,提供符合标准的更高品质食品,这也不啻食品领域供给侧改革的一种尝试与实践。