

管好售楼广告,立规之后要严查

■ 王学钧 评论员

事实已反复证明,这样的事不能指望相关责任主体的自觉自律,更多的要靠相关部门的监管。如果不在执行层面下足笨功夫,即便画出来的“杠杠”再硬再细致,也无济于事。很可能,风头上大家很“克制”,风头过后,一切照旧。

近日,济南市住房和城乡建设局与济南市市场监督管理局联合发布《关于进一步规范商品房销售广告和宣传活动的通知》(以下简称《通知》),为售楼广告画出一道更清晰的红线。

掌掴公交司机被判 4 年 是记响亮警钟

■ 夏熊飞 编辑

对于抢夺方向盘、掌掴公交司机等危害公共安全的行为,我们不能只从最终结果来评判与量刑。因为实施此类行为危害极大,如果情况严重或者在遭受干扰情况下司机处置不当,就可能是车毁人亡的群死群伤。

5月9日上午,备受社会关注的女乘客陈某某掌掴海口30路公交车司机一案在海口市美兰区人民法院公开开庭审理并当庭宣判。美兰区人民法院以危险方法危害公共安全罪,判处被告人陈某某有期徒刑4年。(5月9日 人民网)

陈某某估计做梦也想不到,自己一巴掌,换来的却是4年牢狱之灾。其被判刑的罪名是“以危险方法危害公共安全”,具体行为则是因质疑司机多收了一元车费而掌掴正在开车的司机。

一元车费、一次掌掴,代价却是4年有期徒刑,这样的教训的确足够深刻。或许也有人会问,掌掴正在开车的公交司机固然不对,但并未造成交通事故和人员伤亡,判刑4年是否过重?

仅仅从造成的后果来看,一次掌掴就判刑4年,的确偏重。但对于抢夺方向盘、掌掴公交司机等危害公共安全的行为,我们不能只从最终结果来评判与量刑。因为实施此类行为危害极大,如果情况严重或者在遭受干扰情况下司机处置不当,就可能是车毁人亡的群死群伤。这次未造成交通事故与人员伤亡,并不代表其行为没有可能导致交通事故与人员伤亡。

重庆万州公交车坠江事故,造成十多人身亡的教训依然历历在目。除了这起影响极其恶劣的事故,其实还有很多未造成重大伤亡的干扰公交司机正常安全驾驶的行为。海恩法则指出:每一起严重事故的背后,必然有29次轻微事故和300起未遂先兆以及1000起事故隐患。陈某某掌掴公交司机,可能就是严重事故背后的29次轻微事故之一。

如果我们对这次轻微事故掉以轻心,以未造成交通事故与人员伤亡就轻判甚至一笔带过,那就会有更多类似行为上演,直至下一次“公交坠江事故”出现。很多时候,此类行为造成的后果是天堂还是地狱,可能就只在一线之间。制度与法律法规要做的,不是在结果确定为天堂或地狱后再事后追责,而是确保无人敢去以身试法,让公共安全陷入任何可能的险境。

最高人民法院、最高人民检察院和公安部联合印发的《关于依法惩治妨害公共交通工具安全驾驶违法犯罪行为的指导意见》规定,乘客在公共交通工具行驶过程中,抢夺方向盘、变速杆等操纵装置,殴打、拉拽驾驶人员,以以危险方法危害公共安全罪定罪处罚,而且强调“实施上述行为,即使尚未造成严重后果,一般也不得适用缓刑。”而根据刑法第一百一十四条规定,“危害公共安全,尚未造成严重后果的,处三年以上十年以下有期徒刑”。可见陈某某被判4年有期徒刑,于法有据,不存在量刑过重的情況。

陈某某为自己的不理智行为付出了沉重代价,但愿这起判决也能给所有人以警醒,切实做到文明乘车安全出行,尊重公交司机,杜绝车闹暴力。

《通知》对售楼广告提出了一系列禁止性要求。比如,不得出现升值或投资回报的承诺或融资、变相融资的内容;不得以项目到达某一具体参照物所需时间表示项目位置。就内容而言,诸如此类的禁令只是对既有法律法规的重申。不过,相关部门在这个所谓的楼市“小阳春”,能及时而刚性地作出这样的重申,坚定地对售楼广告违法宣传、虚假宣传或夸大宣传说“不”,不仅体现了对消费者权益的呵护,也显示出一份“房住不炒”的决心。

更值得肯定的是,经由这次重申,一些“禁令”因被细化而拥有了更多的操作性。如在重申广告法第二十六条相关规定的基礎上,《通知》进一步明确要求,商品房不得利用学校、地铁等市政配套设施方面做相关广告宣传,销售人员也不得以项目周边尚在规划论证阶段的交通、学校及市政配

套设施为说明和承诺,推销商品房并以此方式诱导欺骗购房人。

事实上,房地产企业以学校、地铁等市政配套设施为噱头,进行虚假广告宣传的事例并不鲜见。比如济南,前段时间就有一处楼盘,房地产商在没有任何签约文件的情况下,就向购房者宣称小区规划的小学、初中为名校。当耗费巨大资金购买的商品房未达到广告宣传中的要求时,买房者的愤怒可想而知。可以说,《通知》的这项规定,从源头上发力,杜绝房地产商再给消费者“挖坑”。相信,有了这些更清晰的硬杠杠,售楼广告会更规范,商品房推销会更靠谱。

更何况,《通知》不仅明令相关企业限时进行自查整改,还明确表示将开展专项检查,对违反本通知规定的房地产开发企业和中介机构严加查处。

但也应该看到,对规范售楼广告而言,

仅有这些是不够的。事实已反复证明,这样的事不能指望相关责任主体的自觉自律,更多的要靠相关部门的监管。如果不在执行层面下足笨功夫,即便画出来的“杠杠”再硬再细致,也无济于事。很可能,风头上大家很“克制”,风头过后,一切照旧。由此,也就不难理解,这些年,不少地方都出台过规范房产广告的文件,但效果并不那么理想。

究竟如何下足这种笨功夫,也许要有一个摸索的过程。至少,以下几点是值得积极尝试的。其一,在严格明察的同时,强化各种暗访。借助认真细致的暗访,关于房产广告的各种问题并不难发现。其二,畅通渠道,鼓励消费者或“内部人”举报。其三,强化细化合同管控,将相关企业“忽悠”的内容强行“嵌入”合同文本。这样,不仅更有利于消费维权,也可倒逼相关企业“实话实说”。

违规的不是“打卡”,而是诱导分享

■ 江德斌 时评人

你是否经常被微信中打卡学英语的朋友刺激着?以后可以清静了。5月13日晚,微信安全中心发布的一条消息引发关注,该消息称,大家屡见不鲜的在朋友圈“打卡学英语”的现象或涉嫌违反微信规定,其中,流利阅读、火箭单词等被点名。14日下午,记者从部分实行“打卡制”的英语培训公众号或机构了解到,目前他们均已停止学英语在朋友圈打卡获返利的这一规则。

在现实中,微信打卡是非常普遍的现象。每日的英语阅读打卡,是向身边人宣示,以此鼓励自己,或获得他人的鼓励,这是有效、有益的社交互动。不过,朋友圈里打卡的人太多、次数太频繁了,也就会引起“审美疲劳”,令人感到不适。如今微信对打卡进行限制,判定返学费等利诱用户分享链接打卡,属于违规行为,明显是要清理整顿违规打卡现象,以规范商家的营销推广

行为。

此前,部分商家为了推广业务、吸引流量,采取物质奖励的措施,比如免学费、奖学金、实物奖品等,鼓励用户在朋友圈打卡分享链接,以达到宣传推广目的。借此,商家可以借助用户的社交关系,挖掘更多的用户和业务资源,在短时间内实现滚雪球式增长。然而,此举会诱发用户每天刷屏打卡,形成垃圾信息,对其他用户造成了无谓的干扰,影响到正常使用,许多用户深感不便。

而按照微信团队在2018年2月发布的《微信外链内容管理规范》的规定,通过利益诱惑,诱导用户分享、传播外链内容或者微信公众账号文章的行为是被禁止的。一旦被发现,微信团队将进行相应处理,包括封禁相关开放平台账号或应用的分享接口等。显而易见,“打卡学英语”等被判定违规,并非是“打卡”行为所致,而是存在诱导分享嫌疑,所以才遭到微信的禁止。

戏画闲言

花钱可买“健康证” 缺德挣钱功夫深

■ 吴之如 文/画

央广《中国之声》报道,出于口碑维护、食品安全等,不少外卖配送平台都宣称“骑手应办理健康证”。但是,记者调查发现,网络上轻易就可以搜索到假健康证办理链接,仅30元就可以获得通过PS制作的假健康证,“店家”还承诺“包审核通过”。

有些行业,就业要求必须有健康证,以保证服务对象的卫生健康。这本是起码的社会公德常识,每一个从业者都应遵章守纪,整个社会才能步入健康正常的轨道。

但是,某些人却利用网络叫卖起了“健康证”,只要给钱,不必到医院体检,就能买到求职需要的“健康证”,而且假证的逼真程度居然能够“获得通过”。有道是:

花钱可买“健康证”,刻意作假堪乱真;莫道违法不能办,缺德挣钱功夫深。

这样的犯法之事,有关方面当然应当依法查办。需要指出的是,制售假证是犯罪行为,理当坚决打击;而购买假证也涉嫌违法,每一个公民都不可沾边。

打假人获赔 有效震慑超标电动车乱象

■ 王恩亮 公职人员

购买者是使用到了免牌证的“机动车”,生产厂家却把监管部门乃至国家欺骗了。尤其超标的车速,又对应着制动性能不合格,势必造就“马路杀手”,其危险性是不言而喻的。

超标电动自行车因其存在严重安全隐患被称为“马路杀手”,尽管监管部门启动重拳整治行动,但因生产经营企业玩“躲猫猫”,其街头蔓延趋势仍未有效遏制,一位职业打假人打的这场官司或许能对有关企业产生震慑。(5月15日《华商报》)

超标电动车,恐怕无人不晓,那是生产厂家为打造市场卖点专门推出的。其吸睛之处在于,通过提提速上做手脚,让购买者得到“自行车管理,机动车车速”的“实惠”。有道是,这种“躲猫猫”是经过两张皮来完



人遭受人身伤害和财产损失的危险,所以生产厂家要为这些缺陷埋单。其二,说明书与实际车况上演两张皮,尤其故意隐瞒电动车预留有提高整车速度装置的事实,已构成生产经营电动车过程中的欺诈行为。还需强调的是,销售者欺诈购买者是销售者的单方行为,购买者是否知悉,也不影响销售者欺诈行为的构成。其三,别说是被告拿不出原告是职业打假人的证据,就算其真的是“知假买假”,也没被排除在《消费者权益保护法》保护范围之外。由此可见,法院保护的是合法利益,否定的是非法利益,两者谁合法谁非法不言而喻。

笔者可以断言,这个判决的最终兑现,无疑会给生产厂家致命一击,也会对其他超标电动车生产、销售商带去很大震慑。并且随着这一打假人的胜诉,势必吸引更多职业打假人关注这一行业。因此说来,这些“躲猫猫”们是到了回头是岸、规规矩矩生产经营的时候,否则非但国家刚实施的《电动自行车安全技术规范》不答应,职业打假人乃至消费者更不会放过。

消费者不可滥用 无理由退货规则

■ 魏文彪 编辑

消费者权益要能得到切实的维护,除了国家、政府与网购平台不断出台、完善保障消费者权益规定之外,还需广大消费者自律,自觉杜绝钻规则空子占便宜行为。

11日媒体报道,宁波一位买家在某网店购买18件衣服,穿出去旅游后以“不喜欢”为由求卖家退货。11日晚间,淘宝平台回应称,平台已联系买卖双方协商处理,将依据平台规则保护商家合法权益,且个案不会影响“七天无理由退货”。(5月12日《北京青年报》)

国家以及网购平台出台网购商品“七天无理由退货”规则,是保障消费者收到网购商品后,因为爱好发生改变或因其他原因,不想再要相关货物了亦能退货,也即通过保障消费者的“后悔权”,最大程度地保障消费者的权益。而按照无理由退货规则,消费者选择无理由退货,须保证商品不影响二次销售。

所以,宁波这位买家收到购买的衣服后,如果不想要了,应当不拆封原封不动地退还商家,或者在试穿之后尽快退货。虽然其在事情发酵之后表示,其并非一开始就想退单,但从其对衣物的吊牌等都保存完好来看,其一开始就存在准备退单的想法,也是显而易见的。而像其这样虽然不喜欢相关衣物,但穿出去旅游一趟后再退货,属于滥用“七天无理由退货”规则行为。

像宁波这位买家这样滥用“七天无理由退货”规则,首先是一种有违诚信的行为。同时,对于卖家来说也是一种不公,甚至可说是对于其权益的侵犯。此外,买家像这样将衣服穿出去旅游数天之后再退货,即便外表看上去不影响二次销售,但如果后面的买家得知自己购买的衣服被前面的买家穿着出去旅游了数天,不知道其心里会是何种感受!

现在保障消费者权益的规定越来越完善,这原本是好事,但与此同时,也有少数消费者滥用相关规则,钻规则的空子,实施“薅羊毛”行为。而消费者权益要能得到切实的维护,除了国家、政府与网购平台不断出台、完善保障消费者权益规定之外,还需广大消费者自律,自觉杜绝钻规则空子占便宜行为,如此才会真正有利于消费者的权益不断得到更好的维护与保障。

“自由体”是夸大其词 兜售社会焦虑

■ 巴扎黑 时评人

继前一段“香椿自由”之后,“荔枝自由”最近几天又成了热门话题。倘若再往前追溯一下,还会让人联想到“车厘子自由”等。虽然载体不断变化,但说来说去所谓的“自由”无非指向了同一件事,即这些水果、蔬菜价钱贵,不能随心所欲地“买买买”。

据媒体报道,近期一些地方的荔枝着实不便宜,有的品种标出了60元/斤的高价,令人望而却步。不过也正如报道所指出的,虽然眼下的荔枝价格比去年涨了一些,但普遍还是在十几元一斤,而那个标了60元/斤的,商家称因为无人问津,已经准备再进货。把这些报道前后连起来,已经足以从经济学角度给我们上一堂理性看待“荔枝自由”课。

经济学上,直接影响商品价格的是供求关系,即供大于求,价格下降;供不应求,价格上涨。以此来看“荔枝自由”,至少应该看到两点:一是如农业专家所指出,受去年冬季天气影响,今年广东等地荔枝减产,这就意味着总量供应将减少,价格上浮实在情理之中;二是就供应的时间来说,现在不过是荔枝刚刚上市,特别是对其他省份来说,如果想要“尝鲜”,免不了要多付出一些物流仓储成本,目前的价格有可能随着持续供应的增加而下调。

还有个偏好问题。一对情侣男方要讨好女方,即便是60元一斤的荔枝,虽然贵,但心理上会得到比普通人更高的性价比,要不然几百元的星巴克猫爪杯就不可能在二级市场卖到上千元。此其一。其二,无论是荔枝还是香椿,对大多数人来说,并不是像柴米油盐那样不可或缺,很多时候是图个新鲜,况且还有很多替代品。如果都像苏东坡那样“日啖荔枝三百颗”,即便是去年的价格,也难以实现“荔枝自由”。

可见,无论是“香椿自由”还是“荔枝自由”,除了一些媒体喜欢伪造“自由体”“史上最牛体”的渲染之外,无非是客观上制造个人不能随心所欲的社会焦虑。至于有人将其视为“高品质生活”的标志,并把这种不自由转化为消费降级,更像是回避了上述供求、个人偏好等因素,将问题简化后的夸大其词。我们实在是没必要被这些人牵着鼻子走。