

守信价值要“兑现” 失信责任要“追偿”

徐建辉 职员

今年,守信者将获得更多实惠,失信者将更加寸步难行。国家发改委相关负责人透露,2017年,个人诚信体系建设将掀起高潮。要加快建立房地产中介、导游等14类重点职业人员信用记录。同时,在全国范围建立和完善信用红黑名单制度。(1月19日中国新闻网)

国家发改委副主任连维良18日在媒体通气会上表示,2017年个人信用体系建设要掀起高潮,要以信用记录为基础,建立个人信用档案,反映个人诚信情况,信用记录要准和全。

古人说“得道多助,失道寡助”。对任何一个国家、行业群体乃至个人来说,也有一个共同的“道”,那就是信用、诚信。从这种意义而言,也可以这样说:“守信多助,失信寡助”。对此,早在两千多年前的战国,有识之士就有深刻认识。著名的“商鞅变法”,首先就是通过“徙木立信”的方式取信于民,为变法顺利实



施铺平道路。然而到了今天,社会诚信建设仍待加强,人们的信用观念仍须进一步提升。现在许多经济社会问题和不良倾向的背后,其实都能找到信用缺失的影子。正是由于信用缺位和诚信不足,才导致各种社会规则、法治原则乃至道德信条影响力、约束力的弱化,最终导致风气失范、行为失据、社会失衡现象的屡屡发生。

当前,社会上有一种“信用焦虑”正在逐

渐蔓延,社会信用建设也正在积极提速发力。在刚刚过去的2016年的最后一天,国务院办公厅发布了《关于加强个人诚信体系建设的指导意见》,明确要建立重点领域个人诚信记录,并明确了14类职业人群要加快建立和完善个人信用记录形成机制。向社会释放了在新的一年里将切实推进诚信建设的强烈信号。

没有规矩,不成方圆,《意见》特别强调要加强围绕诚信的体系和机制建设。现在,国家发改委提出新的一年将加快建立房地产中介、导游等14类重点职业人员信用记录,并“在全国范围建立和完善信用红黑名单制度”,无疑是向推进信用精神、规则落地和加强信用体系建设迈出了重要一步。须知信用建设不能只靠教育倡导和自觉遵守,要有完善的配套机制和一系列措施作保障,要能向守信之人充分“兑现”信用价值,同时向失信之人亮出“惩戒之剑”。

可以说,信用建设,落地是关键,“兑现”是保障。要在全社会真正树立诚信导向,凸显

信用价值,不仅要有指导意见,还要有具体办法,不止要有远景规划和宏观设想,还要有明确的落实步骤和精细的执行方案;不只是能够做到及时、准确记录和动态更新、维护信用数据,还要加快信用记录在求职就业、创业融资、交易往来等社会生活的方方面面的参照应用,特别是要全方位显露失信惩戒机制的“牙齿”,否则再美好的信用社会构想也不过是“看上去很美”的镜花水月和空中楼阁。

此外,信用建设不只是政府的事情,更要社会联动、全民参与。这14类职业人员包括公务员、企业法定代表人及相关责任人、律师、教师、医师、执业药师、评估师、税务师、注册消防工程师、会计审计人员、房地产中介从业人员、认证人员、金融从业人员、导游等。因此要明确责任单位 and 推进办法,加强督导检查 and 考核奖惩,有计划、有步骤、有重点地推动信用规则、精神和价值在各个行业、领域、社会群体和各项工作中贯彻结合、树立彰显,真正实现“让守信者处处受益,失信者寸步难行”的理想状态。

高铁也能“点外卖” 是服务再升级体现

翁志刚 国企职工

点点手机,不用离开座位就可以吃上自己合意的餐食,这种类似日常外卖的方式,你也可以在春运回家的高铁上享受到。昨日记者获悉,今年春运期间,乘客在高铁上也能点外卖了,旅客既可以通过饿了么APP提前预订,最长可以提前7天预订,也可以在座位上即时订餐。(1月17日《长沙晚报》)

从新闻中了解到,这是“饿了么”APP与上海铁路局的首次合作,在高铁列车上推行网络订餐服务。订餐分为两种,一种是预定,一种是即时定。外卖不是从其他地方送上车,而是在车上的一种服务。目前,开通订餐服务的有25趟列车,主要是从上海或者杭州开往北京、广州、西安、成都等地的长途高铁动车组,针对的就是在车上经历“饭点儿”时间的乘客。

一直以来,高铁的“盒饭问题”让人比较关注。高铁在各地的开通固然让人欣喜,出行也更加快捷、安全、方便。但是,围绕高铁上怎么吃饭的问题大家讨论热烈,一次次成为焦点话题。“15元盒饭”“25元盒饭”的争论一直不绝于耳。怎么在高铁上吃到价格合理的饭菜,既要吃得好,又能够兼顾各种各样的消费群体,媒体在关注,铁路也在不断想办法、推陈出新。目前网络订餐登上了高铁列车,手机APP平台与铁路之间的结合,即是地方铁路局的“实验”项目之一。

不要小看了一个小小的盒饭,乘客要获得更好的乘坐体验,铁路部门要想提供更好的服务,“吃”的问题非要解决好不可。但是,我国人口众多,每天的运送量庞大无比,特别是在几大节假日日期间,每天的旅客发送量更是数以千万计。放在乘客面前的,看似只是一个简单的盒饭,而对于供应者来说,却不啻为一个头疼的问题。从盒饭的制作,到配送,再到列车储藏、加热和分发,既要安全、可口,还要适应不同乘客的消费需求。这就等同于每一列列车特别是长途列车都加上了一个餐厅的功能,光是每天的后勤服务就变得繁琐和庞大。所以,这就需要更多的单位和部门参与进来,把小小的盒饭供应以及后续处理问题妥善解决好。上海铁路局率先把目前比较流行的手机APP订餐服务带上高铁列车,就是这种尝试。其效果到底如何,有待继续观察。

前段时间,关于“15元高铁盒饭”供应不足的问题在网络上闹得沸沸扬扬,也有一些人表示不理解,说在高铁上还吃什么饭?或者干脆自己带不就好了?“干嘛那么麻烦”。但是笔者要说的是,高铁作为一种乘车服务,不光有其运送旅客的功能,更要把各种服务项目完善并且做好。而且,很多乘客因为工作等原因,根本来不及在下面吃饭,在车上填饱肚子就成了必要之举,特别是对于长途列车来说,更是如此。另外,高铁作为“星级列车”,提供相应的星级服务才可与之配套,一个小小的盒饭,里面却包含着更多的服务品质和内容。

总之,高铁不光具有运送功能,而且还包含着大量的服务配套。让我们期待,随着网络的兴起,或许有更多的好办法、好内容可以与之相连接,让高铁不光跑得更快,而且让服务更上一层楼。



高原反应死亡获赔 回归保险本义

符向军

去年4月,袁某去西藏尼玛县来多乡干建筑,刚到第二天就出现严重的高原反应,在转院途中身亡。死者家属找到保险公司,要求支付16万元意外伤害保险金,但保险公司认为,高原反应属于高原疾病,并非意外伤害,不予赔偿。新津法院认为,高原反应属于外来的、突发的、非本意的、非疾病的客观事件直接致使身体受到的伤害,属于意外伤害,判决保险公司支付16万保险金。保险公司不服,提起上诉。近日,成都中院二审维持原判。(1月15日《成都商报》)

被告保险公司拒不履行保险合同义务,向死者家属支付保险金,且不服一审判决提起上诉,理由是高原反应属于高原疾病,不属于意外伤害保险理赔范畴。

将高原反应定义为高原疾病,保险公司的依据是人民卫生出版社出版的《内科学》高等学校教材,其中载明“由平原移居到高原或短期在高原逗留的人,因对高原环境适应能力不足引起以缺氧为突出表现的一组疾病称为高原病。”

在保险公司看来,既然高原反应是疾病,就不属于“遭受外来的、突发的、非本意的、非疾病的客观事件,直接致使身体受到的伤害”的意外伤害范畴,就无需支付意外伤害保险金。但在二审法院看来,因“高原病”死亡仍然属于意外伤害,保险公司理当履行保险合同约定义务,支付保险金。

其间的异议和分歧,就在于对“高原病”的认知和定性不同。

在保险公司眼里,既然把高原反应定义为“高原病”,作为一种“病”,就和普通疾病无异,因“病”致死就不算意外伤害,就可以拒付意外伤害保险金,却不管这种高原反应、高原病是人体“与身俱有”的,还是外来的、突发的、意外的。这种认知,未免简单肤浅,显然不符合意外伤害的定义,也是不负责任的表现,缺失保险理赔制度应有的社会责任和人文关怀,有违保险合同诚信守约、依法理赔的法律本义。

而法庭认为,虽然《内科学》将“高原反应”定义为疾病,但这种“高原病”的本质系人们从低海拔地区进入高海拔地区后,由于低压低氧恶劣环境等外来物理因素给身体带来的不良反应。并且死者袁某在事故发生前的身体健康状况为“未因大病住过医院”,保险公司也没有证据证明袁某死亡系因自身内在疾病所致。同时,袁某对高原反应致死的结果不具有预见性,也非本意。因而袁某的死亡符合“外来性”“非疾病性”的定义和突发性条件,属于意外伤害致死。

在法官眼里,“高原病”作为高原地区特有的病象,显然不同于常态下的人体疾病,可谓此病非彼病,因“高原病”致死仍然属于“客观事件”造成的意外伤害,受害者或其家属有权依法要求保险公司赔偿。这样的裁判体现了实事求是的精神,能有效保护投保人、受益人的合法权益,也回归了意外伤害保险理赔的本义。

“中国质造”才是打假治假的王道

邓海建 媒体人

1月16日,在阿里巴巴的倡议下,全球首个“大数据打假联盟”在杭州成立。阿里与首期加盟的约20个创始成员发布《共同行动纲领》,致力于依托大数据和互联网技术,让打假更有力、更高效、更透明。据了解,阿里巴巴大数据打假联盟采用定向邀请制,首批加盟的成员包括Dulux、LV、施华洛世奇、赫基集团、地素、资生堂等约20个品牌。(1月16日新华网)

你或许没打过假,但一定买到过假货。

类似“7元一斤的芭比娃娃”,在合规市场是天方夜谭,但在电商平台上,可能就是惊喜价的爆款。不说淘宝,京东也好、聚美也罢,但凡是个电商平台,似乎都曾遭遇过“假货的尴尬”。2016年4月,一份由经济合作发展组织和欧盟知识产权办公室发布的报告,揭示了全球假货难被根治的一大原因:市场利润肥得惊人。报告指出,2013年全球假货市场高达4610亿美元,占据当年世界贸易进出口总额179000亿美元的2.5%,而上述数据还不包括在网络销

售的盗版影音产品。

在中国式打假之路上,有些共识越来越清晰。就像2016双十一前夕,职业打假人王海抨击网购假货泛滥,天猫双11发言人只反问了一个问题:“制假源头工厂该谁去打,你去吗?”这场对话,虽是剃手节的花絮,却生生将打假治假的基本逻辑,拎到公共议题的前台:堂吉珂德式打假也好,阿里打假队的单兵突进也罢,都是事后诸葛亮、都是秋后算账,意义或影响固然或大或小,但,终究是治标不治本。

阿里的全球首个“大数据打假联盟”,之所以在国际市场一呼百应,理由大概有三个:其一,深受假货困扰的阿里,成为电商打假的急先锋。公开资料显示,仅在2015年9月到2016年8月之间,依托阿里巴巴大数据,执法部门已经关闭了约675家假货的生产、库存和销售点。去年12月,阿里更是直接向法院递交起诉书,状告刷单平台“傻推网”,这也是全国首例电商平台状告刷单团伙案。其二,作为中国最大的电商平台,阿里打假事关全球市场公信。这也就是为什么少数国家一边把

阿里列为“恶名市场名单”,一边又急吼吼期待与阿里牵手的根源。事实上,截至2016年底,阿里巴巴已与苹果、Burberry、LV、Cartier、Nike等逾1.8万个国际品牌展开打假合作。此外,大数据打假确实为全球市场净化提供了“洪荒之力”。正如地方部门所言,大数据和云计算技术为公安机关对制售假行为实施全环节全链条查处、开展源头打击提供了有力支撑,极大提高了公安机关对侵犯知识产权犯罪的刑事打击效能。

大数据打假,确实是新式武器。不过,更须厘清的是:假货在网上泛滥成灾,根源还在于线下实体厂商制假售假的“勇往直前”。打假治假,如果只靠“阿里队”、抑或只仰仗大数据,而姑息小微企业“擦枪走火”的惯性,那么,打假与售假,就会陷入“治污与排污”般的循环困局。

一言以蔽之,全民打假,电商固然是责任主体,却不能成为职能作为中的“独行侠”;在中国制造向中国智造转身的时候,也请牢记,“中国质造”才是打假治假的真正王道。

打假造假也结盟

吴之如 文并画



治理“黑整容”须监管发力

廖海金 财经评论员

零基础学员、三天学会割双眼皮、五天学会打美容针……网上各种整容培训速成班广告满天飞,他们号称,没有任何医疗经验的普通人经过三天培训之后,即可给人做双眼皮手术。而这些速成整容师藏身美容院,暗地里为消费者提供割双眼皮、注射、整形手术服务。暴利的驱使下,“黑”整容从招生、培训、推销、服务到药品销售,已经成为一个乱象丛生、十分猖獗的地下产业网。(1月18日《重庆时报》)。

中国消费者协会此前的一项统计显示,近年来整形美容领域已成为消费者投诉的一个热点。近十年来,我国年均均为整形美容导致毁容毁形的投诉多达近2万起。

毋庸置疑,医疗整容业正在成为一种大众化服务项目。目前我国拥有超过300万家美容门店,其中40%左右属于医疗美容范畴,但仅有不足10%的美容机构拥有医疗实力,而拥有医疗美容从业资质的机构更是少之又少,远远满

足不了庞大的市场需求,无证行医、跨专业行医、广告虚夸等现象大量存在。加之监管乏力,整容纠纷事件不时发生。

可以肯定,目前在整个整形美容行业尤其是民营整形美容业中,技术水平不均衡、管理理念和价值取向不一,存在诸多乱象。尤其是我国整形手术以每年约200%的速度增长,在巨大的利益驱使下,市场混乱,鱼龙混杂。

一方面,由于整容业容易产生暴利,吸引了不少不懂医术的人来投资整形美容,致使一些公立医院的整形美容科室被承包,变成了私人性质的经营机构。在利益至上思想支配下,整容业变成了“毁容业”,而一些民营医疗机构,胆子更大,只要能赚钱,敢把病人当“小白鼠”,缺乏对生命的尊重和敬畏感。

另一方面,一些民营整形美容机构为了获得短期效益,大量投放夸大的虚假广告。主要表现在对医生、专家的过度包装,对整形美容项目效果的过度渲染,以及对仪器设备功效的夸大宣传方面。再者,非理性整容,某种程度也助推了整形美容业的乱象。

更为重要的是,整容医生整体素质良莠不齐,资质认定宽松,缺乏一个权威的评估认定。在国外,整容资格认定由医学会承担,由相关学科的专家联合进行评估。可在国内,卫生行政部门取代了医学会的作用。在监管时,医学会形同虚设。由于相关审批不严格,不具备资质的医疗机构和医生进入该行业,加大了行业的安全风险。

实际上,为了规范医疗美容服务,促进医疗美容事业的健康发展,维护就医者的合法权益,原卫生部早在2002年就实施了《医疗美容服务管理办法》。《办法》对美容医疗机构的设置登记、执业人员资格、执业规则等均进行了详细的规定。同时,原卫生部在2002年对1994年制定的美容医疗机构的基本标准进行了修订,规范了美容医疗机构的准入门槛。2009年,原卫生部又制定下发了《医疗美容项目分级管理目录》,将医疗美容技术进行分级管理,明确了各类别医疗机构可以实施的美容技术范围。

尽管如此,解决医疗美容行业目前存在

的问题,需要加强监管和自律双管齐下,从法律、制度层面彻底肃清行业发展乱象。

一是要在全国范围内开展一次医疗美容行业现状调查,制定切实可行的适合我国国情的《医疗美容行业发展规划纲要》。

二是要完善和落实医疗美容行业相关的法律法规,统一行业技术操作方法和程序,推动和规范临床专业技术人员提高专业技术。有必要用法律的形式,来硬性约束和规范整形美容业。当务之急是,要把已有的相关法律法规和行业标准落到实处。

三是发挥行业协会的作用,协助政府主管部门做好行业监管工作,对医疗美容从业人员素质进行把关。同时,提高行业准入门槛,对于不合格的机构或医生需要有退出机制。四是充分利用现有医药资源,加大整形美容的人才培养和产品的开发力度。此外,还要对整形美容广告进行“整容”。凡是夸大其词和名不副实的整容广告,工商部门要做到发现一起,查处一起,决不姑息。

遗失启事

曹娇在红星美凯龙金牛商场缴纳装修押金一万元整收据(收据号:SK-1604021956)遗失,声明作废。