



声音

不难看出,决策层和有关职能部门对发展新个体经济已有充分认识,鼓励发展新个体经济的措施也比较全面。新个体经济获得新政策助力,将进入更快发展阶段,不但新个体经济从业者能从中受益,新个体经济发展还能给中国经济带来新的活力。这不仅有利于缓解就业压力,激活和拉动消费增长,也有利于培养创新创业精神,进一步壮大我国市场经济的规模和力量。

——北京青年报:《发展新个体经济要做足“新”文章》

刷脸支付、刷脸入校、刷脸乘地铁,早已不是新鲜事。更夸张的是,还出现了为了获得免费厕纸,也需要刷脸的做法。如此频繁而且广泛地收集人脸信息,合理合法吗?收集了大量人脸信息的私营机构,有足够的技术能力来防止数据库不被黑客攻破从而窃取吗?他们有完善的内控制度来防范这些信息不被内外勾结,秘密倒卖吗?进而言之,谁能保证这些机构不会为了获利,将其收集来的人脸信息私下里卖给他?——法制日报:《为什么要对人脸识别案给予特别关注》



【本期话题】

花巨资造巨型雕塑

近日,位于湖北荆州的被称为“世界最大”的关公雕像,因被当地有关部门认定为“违法建设”而受到关注。巨型关公雕像是不是“违法建设”,自有相关部门依法进行认定和处置,无需“吃瓜群众”多操心。但不少地方存在花巨资建造巨型雕塑的情况,对此,你怎么看?

【议论纷纷】

@益心舒:我们投巨资建设的巨型人造物体,只是运用当前成熟的技术,通过人力物力财力的堆砌建造出来的。这样的巨型人造物体,建造上没有太大的难度,只要别人想建,分分钟就可以把前面号称世界第一的雕像踩在脚下。这有什么值得自豪和骄傲的呢?

@齐鲁壹点:很多巨型人造景观门可罗雀已经成了不争的事实。当前游客日渐理性,旅游品位也越來越高,再用巨型人造景观招徕游客就很难奏效了。倒是中国“基建狂魔”建造的那些体现国家综合实力、凝结了中国人民的智慧和反映建筑技术高峰的超大体量的路桥建筑物,博得了游客的青睐。

@红网:花巨资建造的这些硕大无朋的雕塑,除了赚个噱头,并无其他太多的意义,相反浪费人力物力财力,也浪费建筑和土地资源,是典型的面子工程、形象工程。

【下期话题】

未成年人追星

7月13日,网信办发布通知,表示将严格管控诱导未成年人无底线追星、拜金炫富等存在价值导向问题的不良信息和行为。新京报记者调查发现,目前各个明星的“打投组”“反黑组”粉丝群体中,确实存在学生党、未成年人的身影。一场针对未成年人追星过程中不正常现象的纠错行动正在启动。对此,你怎么看?

为“教科书式征集”抗洪志愿者点赞

□王旭东

一篇网帖,一则朋友圈,上海一大学生的抗洪志愿者征集令三天内得到70余人的响应。最终,有着大学生和退伍军人双重身份的王远望,组建起了一支17人的抗洪志愿者小分队。在江西九江永修县公安局特巡警大队的对接和安排下,他们目前正在永修一带参与抗洪抢险工作。

(7月16日《新京报》)

“教科书式征集”体现专业。上海第二工业大学的一名正上大三的退伍学生王远望,在微信朋友圈发布抗洪志愿者征集令,是有着“苛刻的条件”:当过兵的,受过抗灾训练的,身强力壮的,不畏艰苦的,服从组织安排的,有安全意识的,愿意搭把手的,有时间的,能马上集结的。作为抗洪志愿者,必须具备一定的专业技能和素养,不是谁

都能胜任,因此,“苛刻的条件”是必备的前提,也体现出“教科书式征集”的专业水准。

“教科书式挑选”体现责任。72小时之内,王远望收到了70多名志愿者的主动联络和响应。最终确定17人,源于他之前当兵入伍时的经验,十六、十七人大致相当于两个战斗班的兵力。17人中,13人有过抗灾抢险的经历,8人经历过海训。有经验的队员,知道怎么跟水打交道,了解冲锋舟怎么扛,面对决堤有抢救经验。这一切的考量都堪称“教科书式”,对于“召之即来”的响应者,必须进行“来之能战”的挑选,这样才能达到“战之必胜”的效果。

“教科书式使用”体现价值。“去最危险的地方,干急难险重的活”,这是这支抗洪志愿者小分队的初衷,也反映出他

们的决心。但是,考虑到人身安全,这群年轻的志愿者们被安排做一些巡防堤坝和搬运物资等工作。这又是一种“教科书式使用”。毕竟,这支组队时间很短的小分队跟更专业的队伍比起来还显得“不够专业”,仓促“去最危险的地方,干急难险重的活”风险系数很大,因此,这样的安排与使用恰到好处。

“教科书式投保”体现关爱。志愿者不是一个人在战斗,小分队背后是“大社会”。抗洪志愿者小分队成员刘晓耀、王远望等人的行动被母校校友尚晓辉得知后,为了支持这群年轻人,他给该队伍中的母校校友和其公司员工投保了11份人身意外伤害保险,共计8646元。校友的关爱、公司的关爱、社会的关爱,可以有很多种形式,很多条路径,而给他们投保人身意外伤害保险算是“最正确的姿势”。

火锅用油频“爆雷”呼唤监管升级

□李英锋

中国裁判文书网日前发布一则陕西省榆林市榆阳区人民法院的刑事判决书,披露了知名火锅品牌小龙坎在榆林的一家加盟店两年间用地沟油制成火锅锅底,销售给顾客食用,涉案2吨多。法院一审宣判涉案5人犯生产、销售有毒、有害食品罪,均获刑罚。记者进一步梳理发现,火锅行业使用地沟油的问题近年频“爆雷”,多个案件被查出。法律人士指出,地沟油具有极高的违法隐蔽性,在利益驱使下,商家铤而走险屡禁不止。很多地沟油不是一人所为,必须对全链条的所有参与者都予以严厉打击。

(7月16日《新京报网》、中国新闻网)

非法制用地沟油的行为都发生在见不得人的时间和角落,非常隐蔽,其对消费者的健康威胁自不待言,而一旦“爆雷”案发,必将强力消解消费者对相关市场主体、品牌甚至相关行业的信心,拉低食品安全的公信力。所以,对地沟油要有更敏感、更

高效、更有力的“排雷”系统,只有早预防、早发现、早干预、早规范,才能把地沟油的危害控制到最小的程度。

对于非法制用地沟油的行为,必须要深度检查、精准检查。首先,结合食品安全线索有奖举报制度,提高对制用地沟油问题的举报奖励标准,并依法对“爆雷者”从轻、减轻或免除行政或刑事处罚,免除举报人的后顾之忧;其次,以提升检测识别技术能力为基础,瞄准火锅、快餐等重点行业,瞄准被投诉举报较多的市场主体,瞄准红油或以红油为原料的餐品,扩大抽检的范围,增加抽检的频次。

在“排雷”机制上需要进一步健全完善的是:实现明厨亮灶系统全覆盖,让“后厨”变“前厨”,提升餐饮加工处置过程的透明度,充分满足消费者的知情权、监督权;严格落实餐饮行业的原材料进货、使用登记和餐厨垃圾、废弃油脂排放登记制度,可探索将上述登记信息纳入监管大数据系统,由监管

部门利用系统检索排查异常登记信息,并根据系统检索展开对应核查,这样,购入正规油品少、使用地沟油较多且营业情况正常的餐饮单位就容易显露出异常,容易被纳入重点监督的视野;推广统一回收、集中处理模式,加强对餐厨垃圾回收处置环节的管控,可在餐饮单位的餐厨垃圾产生端口、排放端口安装视频监控系统——在北京市石景山区、门头沟区等地,每个垃圾桶都有专属代码和芯片,与商户一一对应,可监控商户的餐厨垃圾去向(2019年8月10日《北京日报》),这一经验可资借鉴,也可提升政府补贴标准,通过政府与回收企业合作,深入探索餐厨垃圾有偿回收机制。

火锅用油频“爆雷”呼唤“排雷”系统升级,而地沟油“排雷”系统的升级及高效运转,有赖于监管部门、司法部门、餐饮行业关联经营者、从业者和广大消费者的共同付出,只有各方都认清地沟油的危害,形成“排雷”责任的“闭环”,才能让制售用地沟油的“雷”无处藏,才能让消费者少受地沟油的威胁和伤害。

整改开机广告不应止于“一键关闭”

□张西流

2019年下半年,江苏省消费者权益保护委员会针对智能电视开机广告侵犯消费者权益问题,约谈创维、海尔、海信、夏普、小米、长虹、乐视7家企业,并提出限时整改要求。记者16日从江苏省消保委举办的发布会上获悉,经过4轮整改,除乐视外,6家企业整改均取得显著成效。

(7月16日《新华网》)

开机广告是随着互联网电视发展而出现的新商业形式,在销售电视硬件不赚钱的背景下,开机广告成为当下厂商重要的利润来源。特别是,包括小米、乐视、暴风、OK电视在内的部分互联网公司,为了抢占市场,依靠低价吸引消费者,通过开机广告,或者提供其他增值服

务来盈利,带来的结果却是,整个行业的利润率越来越薄。

问题是,互联网广告,不能够强制消费者收看。智能电视的开机广告,属于《广告法》第44条规定的互联网广告范畴。在使用互联网服务时,广告页面自动弹出,应该标有显著标识,确保可一键关闭。不能强制用户观看开机广告。而许多互联网电视品牌,在其商品的详情介绍页面中,没有明确标明该电视开机时带有广告,且其开机广告无法取消,这种做法,明显违反《广告法》前述规定。具体来讲,智能电视厂商销售时未告知开机广告,侵害了消费者知情权;未能提供开机广告“一键关闭”功能,侵害了消费者选择权;智能电视开机广告不能自主关闭,侵

害了消费者公平交易权。

可见,整改开机广告,不应止于“一键关闭”。首先,既然强制消费者收看开机广告,是一种违法行为,有关部门就不能放任不管,应出台针对性规定,从源头上清除这种影响生活品质的“牛皮癣”。同时,即便电视企业仍然自带开机广告,但应该给消费者知情权和选择权,让消费者能够自主设置是否观看开机广告,不能强制用户收看。这就要求,互联网电视如果植入开机广告,应当显著标明关闭标志,确保“一键关闭”。再者,如果有的用户确实不需要开机广告,可通过售后服务,维修人员上门直接取消开机广告。特别是,电视企业应主动摒弃开机广告商业模式,在产品功能和售后服务等方面,获得消费者认同,回归硬件盈利的商业模式。



教室“众筹”装空调

6月9日,南宁高新区民大小学(广西民族大学附属小学)成立了红豆文化发展委员会(以下简称“红发委”)。7月13日,“红发委”发出倡议书称,为学校24个班的教室安装空调,每台4000元,空调的购买与安装费用由各班家委会组织家长“自愿捐赠”,学生毕业后,空调捐给学校,捐款超出部分,存放到广西民大教育基金会。

(7月16日《南国早报》)

凭什么要家长出钱?

□李国辉

教室要装空调,凭什么要家长出钱?可能立马有人反驳,人家是众筹,没强制性分摊。而且,按一个班30个学生,每个家长出一两百就够了,何乐而不为?

我只能说,持这样观点的人实在很傻很天真!在一个班里,谁出多少钱都是明明白白的,哪个家长能够拉得下面子不出钱?这不就是一种变相的强制吗?

还有,孩子换教室,新的教室没空调,是不是又该众筹了?空调安装费也不低,家长里面有做装修的吗?来,装一下;万一空调坏了,喊一句,家长里面有修电器的吗?来,修一个……

根据教育部对校园环境的管理规定,学校必须为师生营造一个有利于学习的环境。教室要装空调,当然是学校出钱安装。学校没钱就向教育局和财政申请,如果财政和教育局拒绝出这笔钱,家长们起码也可以要个说法,财政和教育局为什么不给这笔钱?每年财政在教育投入的比例是否增加了?增加了多少?钱都花到哪里去了?

针对教室究竟该不该装空调的问题,我们是否可以科学一点?教育和健康专家、财政、教育部门、学校、家委会等等,组成一个联合调查组去了解一下?

总而言之,这不是一件小事。遇到这种事,我们首先应该厘清各自的职责,一涉及孩子就让家长花钱的思维,必须打击!

装台空调又何妨?

□李妹妍

“学生是来学习的,不是来享受的。”这句话熟不熟悉?但锻炼孩子的方法有很多,不一定非得通过在30多摄氏度的教室里学习来实现。在技术和财力完全可以满足的情况下,追求更好的学习生活条件本就是一件无可厚非的事情。

至于这笔钱是家长掏还是学校掏,我觉得就见仁见智了。教育部门和学校有保障学生在校上课时的健康和安全的义务,在财政许可的情况下,应由校方埋单,统一采购空调,用于改善办学条件。若现实条件不具备,而班级里家长和学生又有强烈的需求,也可以由家长共同出资安装空调,校方则应在日常管理上做出具体的规定。

必须承认,涉及集体利益的事都是众口难调。装空调出的不只是空调的钱,涉及到增加线路埋设、增加电缆,可能还要加装变压器,以及后续电费如何分摊等,需要学校和家长进行充分的沟通。如果有政府部门牵头制定一些条文指引,就像加装电梯那样确定一些细则,让家长和学校可以有根有据地进行教室空调的加装,这大概可以大大减少过程中的矛盾和摩擦。

当然了,要规范空调使用制度,最低温度如何设置,遥控器掌握在谁的手里、如何避免疾病快速传播等,一系列后续问题都值得进一步探讨。