



行业协会商会虽然在名义上是民间中介组织,不能与政府有任何依附关系,但由于历史原因,我国行业协会经过了与政府脱钩改革,却仍未完全摒弃“红顶中介”属性,个别协会难免会利用自身优势,在强制市场主体入会或接受服务、缴纳费用等方面违规收费。

——经济日报:《依法治理行业协会违规收费乱象》

不少人都将住房视为炒作与谋利的工具,想方设法参与到这种投机行为中。在各种的花样繁多的“高招”中,“假离婚”被有的人看作是投入少、见效快的“捷径”,甚至因此上演了一些有违伦理的闹剧。这种投机取巧的行为让严肃的婚姻沦为儿戏,霸占了过多的社会资源,影响了那些真正有住房需求的人,也在一定程度上为房价上涨、生活成本提高推波助澜。

——法制日报:《婚姻不是投资房产的道具》

相对于重审或再审,最最难的是涉产权冤错案件在重审或再审判决后,因当事人的财产处于被侵占、挪用乃至已经被变卖,致使当事人被恢复和确定的产权常常止于判决书的纸面上,而不能将伸张权利的法律决定兑现成现实财产权。这个“最最难”,反过来也是司法机关轻易不启重审或再审程序的重要因由。因此,涉产权冤错案件有效防范和常态化纠错机制,就应该包括依法追缴民营企业被侵占、挪用的财物的司法救济渠道,以及财产返还和退赔制度。

——光明网:《必须追缴民营企业被侵占挪用的财物》



【本期话题】

火锅吃出塑料片

日前,海底捞官方微博深夜发布声明,就顾客所点菜品乌鸡卷中出现塑料一事道歉。此前有媒体报道称,有两位消费者在济南海底捞连城广场店就餐,期间在门店提供的乌鸡卷中吃出了硬质塑料片。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

@子羽:从法律角度说,消费者在海底捞就餐时在乌鸡卷中吃出硬质塑料片,不论“塑料乌鸡卷”是供应商生产的,还是海底捞制作的,直接损害消费者合法权益的是海底捞,而不是食材原料供应商。《消费者权益保护法》规定,消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。

@鹿鹿:乌鸡卷含有硬质塑料片,即使是在出厂之前发生这种情况,但含有硬质塑料片的乌鸡卷最终在海底捞端上消费者的餐桌。这表明海底捞在食材原料管控环节出了问题,没有及时检查出不符合质量标准的原料食材,没有尽到食材原料品质的管控责任,在“塑料乌鸡卷”事件上理所应当负有不可推卸的责任。

本期话题下期继续

老旧小区改造要以“新”换“心”

□王亚宏

今年以来,突如其来的新冠肺炎疫情,一度打乱了经济发展和社会生活的正常节奏,带来不少需要解决的新挑战。经济压力再大,民生不能欠账。国务院办公厅日前印发《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》,表明城镇老旧小区改造要坚决落实推进,让人民群众生活更方便、更舒心、更美好的决心丝毫不动摇。

为政之道,民生为本。住房关系千家万户切身利益,关系人民安居乐业。改造城镇老旧小区涉及上亿居民的福祉,容不得拖一拖、等一等的延迟。今年计划改造城镇老旧小区3.9万个,中央预算内投资的“粮草”已经安排完毕,重点改善居民基本居住条件和居住安全、日常生活保障的基本设施。

在老旧小区改造中,中央

补助以及各级财政投入带动更多社会资金和居民资金广泛参与进来,满足居民生活便利需要、改善生活需求,并进一步丰富社区服务供给,提升居民生活品质。这些资金要精打细算,每笔支出都要花在刀刃上,在改善老旧小区居住条件上见实效。

改造老旧小区花的每一分钱都会见到效益。从宏观上更新改造投资能带动就业,还会带动产业上下游的行业发展,带动居民户内改造、装饰装修、家电更新等,为扩大内需提供动力。在微观上改造老旧小区让居民感受到变化、体验到实惠,真正让生活变好。

老旧小区改造是看得见、摸得着、实打实的民生项目。改造老旧小区不仅要改外露的面子,更要做好惠民的里子。居民区露在外面的道路、外墙

等设施改造固然重要,埋在地下供水、排水等工程更是直接与改造的日常生活体验有关。衡量老旧小区改造成功的标准不仅是工程验收的文件,更应是居民发自内心的竖起的大拇指。

改造老旧小区不仅要改硬件设施,还要完善软件管理。各方真抓实干,在年底前完成老旧小区改造任务不成问题。但改造是一年的事,维护和管理却是慢功夫。如果改造后就撒手不管了,小区居民的体验用不了多久就会再次下降。因此将一次改造设施和持续完善服务相结合,才能换来居民持久的满意与放心。

城镇老旧小区改造牵涉面广,是一项综合、细致、复杂的系统工程,关系到人民群众的切身利益。改造好的老旧小区能成为居民美好生活的新起点,以“新”换“心”的行动也会是民生工程最坚实的印记。

景区门票降价做的是乘法文章

□毛建国

为加快促进旅游业复苏,有力拉动居民旅游消费,近日,山东宣布从今年8月1日起至年底,山东省的泰山、三孔、天下第一泉等81家国有景区将大幅降低门票价格,部分低至两折。降价景区包括81家国有景区,其中,5A级景区9家、4A级景区35家、3A级景区16家,泰山、三孔、崂山等9家5A级景区囊括其中。

(7月26日《大众日报》)

在当前旅游市场,人们对于降价并不陌生。前几年国家发改委多次出台文件,要求国有景区率先降价。与此前相比,山东的这次降价,不仅幅度更大,而且态度不同,是从被动走向主动。而这更符合当初国家发改委要求国有景区降价的初心,也就是实打实地推动旅游惠民,推动旅游转型发展。

这些年来,旅游行业获得了迅速发展。数据显示,2019

年国内旅游人数60.06亿人次,比上年同期增长8.4%;入境旅游人数14531万人次,比上年同期增长2.9%;出境旅游人数15463万人次,比上年同期增长3.3%;全年实现旅游总收入6.63万亿元,同比增长11.1%。与体量不相般配的是,很多景区还没有摆脱门票依赖。

门票依赖的最大问题在于,只顾眼前不看长远,只算小账不算大账。应该说,这几年,景区转型已经摆上议事日程,很多地方都推出了实用管用的政策,作出了长期与短期相结合的安排。疫情给旅游业发展带来了巨大影响,人们也在担心,景区转型道路会不会戛然而止?但事实上,转型才有出路,这样的认识始终不能动摇。而且,越是困难越要转型,应对困难不能只顾眼前,更不能做饮鸩止渴的事。

山东这次推动景区降价,既是“要我降”,也是“我要

降”。所谓“要我降”,是应对疫情带来的影响,通过门票优惠,让利于民,吸引人气;所谓“我要降”,则是坚定不移走新路,向转型要未来。当然,不能把转型发展简单等同于门票降价,但这最起码表明了一个态度。而现在,更重要的是研究市场需求,通过技术赋能等手段,为游客提供更加精准、更有想象力的服务。现在,要把应对当前困难与做好长期设计结合起来,把旅游业的发展融入扩大内需的大布局,服从和服务于“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。

任何一个行业的发展,都不可能只走平路,总有一些崎岖山路要走。真正考验行业的,就是如何走好崎岖山路,而且要有战略定力,不能只想着脚下这几步,要看到远方的路。正是从这一意义上讲,景区门票降价是以退为进,做的乘法文章,可以打个高分,旅游业发展的未来依然可以期待。

消费者“吐槽”商品的权利不该被侵犯

□史洪举

四川成都市民蔡某夫妻在微信朋友圈、业主群“吐槽”商家,被商家以侵犯其名誉权为由诉至法院。近日,成都中院作出二审判决,依法驳回商家的诉讼请求。

(7月25日《中国青年报》)

“吐槽权”是消费者权益保护法明确赋予消费者享有对商品和服务进行监督的权利,也是保护消费者知情权和选择权的关键。尊重和保护消费者对商品的“吐槽权”,不仅是监管部门的职责,也是商家的义务。《电子商务法》明确规定,电商平台应当为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径,不得删除评价,否则将承担最高50万元罚款。即电

商平台应当真实、客观、全面地展示商品的好评、中评和差评,不屏蔽和删除差评,确保消费者可完整地查看评价。

那么,实体店的商家是否也应尊重、容忍消费者的“吐槽”或“差评”呢?答案无疑是肯定的。要知道,对于质量很差的商品和服务,消费者自然有差评的权利。即便是优质商品,由于“众口难调”,消费者的体验和感受也有所不同。哪怕对同样一种商品,甚至同一个商品,也会有弹有赞,褒贬不一,商家自然无权要求消费者统一口径,全部作出好评。

对于质量较差的商品和服务,消费者进行投诉、举报、曝光、起诉的做法,不仅是其权利,也是其履行社会责任的体现。因为,只有如此,方能让商家有提供优

质商品和服务的压力,进而消费者享受到优质的商品和服务,而不是凭运气来选购商品。也就是说,哪怕对商品的评价是过激和负面的,但只要没有明显的侮辱、诽谤、勒索情节,商家均应保持容忍,这是其作为经营者的基本义务。

具体到此事件中,消费者认为商品存在问题,而且商品也确实存在问题,在商家不愿意积极解决问题的情况下,消费者予以曝光完全是维护自身权益的必要手段,根本没有侵犯商家的名誉权。或者说,商家的名誉受损是因为其提供的商品和服务不合格,理应承担被“差评”和曝光的后果,并认真反思后加以改进,而不是迁怒于消费者。而监管部门则应严格执法,查处违规商家,让消费者毫无忧虑地行使“吐槽权”“差评权”。



互联网医疗入医保

7月15日,国家发改委等13部门联合印发的《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》对外公布,提出要将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围;规范推广慢性病互联网复诊、远程医疗、互联网健康咨询等模式。随后,国务院办公厅又印发了《关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见》,再次提及医保政策“松绑”的问题。

(7月26日中国新闻网)

更应关注就诊安全

□黄齐超

互联网医疗入医保后,我们更需要关注就诊安全的问题。互联网医疗打破了“望、闻、问、切”的医疗常规,无法完整地掌握患者的病况。因此,国家对互联网医疗的服务范围做了规范,也要求互联网医疗时,患者提供必要的电子检查数据;患者网上购药时,需出具医生的电子处方等等。这些措施、规范,都旨在保证医疗的安全。

目前,互联网医疗还存在诸多的漏洞:比如患者通过互联网医疗就诊,平台违背相关规范,不要求患者提供过往检查结果或者病历;比如网上售药时,平台不要求患者提供电子处方,或者不认真检查电子处方,乃至帮助患者造假;再比如,一些互联网医疗平台擅自拓宽服务范围等等。以上种种,都让互联网医疗服务存在安全隐患和潜在风险。

互联网医疗纳入医保的良性推动,更能促进互联网医疗的发展,民众当然支持。但是,我们不应忽略互联网医疗存在的安全漏洞。对于互联网医疗而言,医保和安全二者应该兼而得之。所以,笔者认为,我们应一方面推动互联网医疗纳入医保,一方面规范互联网医疗,堵上医疗过程中的安全漏洞。

亟待规范中前行

□杨玉龙

互联网医疗亟待规范中前行,首先,相关监管政策的跟进确有必要。业内普遍把2014年视为“互联网医疗元年”,现如今已经扩展到医药层面,如网售处方药、在线问诊等等,也就意味着,随着互联网医疗服务范围不断拓宽,规范及后续监管不能慢半拍。这也正需要相关职能部门,针对新形势,持续完善监管,为互联网医疗健康发展护航好驾。

其次,从行业自身来看,也须恪守规矩规则行事。诚如媒体报道,尽管目前互联网医疗服务纳入医保支付还没有实质性的政策落地,但其发展空间却被外界看好。况且,互联网医疗纳入医保支付范围后,蕴含着的产业变局机会。面对产业发展及市场空间,入局者不能只看到其中巨大的利,更须从起步开始就依法依规行事,真正实现互联网医疗造福于民。

再者,互联网医疗服务纳入医保报销范围也亟待更细致规范跟进。《关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见》就提出,在保证医疗安全和质量前提下,进一步放宽互联网诊疗范围,制定公布全国统一的互联网医疗审批标准。但这也应看到,如何和各地医保对接是当下的难题,于此,既需要细则跟进,也离不开各地各级政府加强相关方面的合作。

互联网医疗是造福于民的大事,面对互联网医疗所具有的发展前景,我们须筑牢规范之基。