



一个学校的建设质量好不好,既要**看硬件**,也要**看软件**。有这些打造**喷泉、假山**的钱,倒不如多引进一些**优质师资**,多采购一些**先进教学设备**,把学生的吃饭和住宿服务质量搞上去。

——**新京报**:《7亿打造豪华中学,贫困县“豪”给谁看?》

考核评价一个地方和单位的工作,关键看有没有**解决实际问题**、**群众的评价怎么样**。各级党组织要围绕“**基层减负**”目标任务,严查以**挂牌应付检查**、**获取资源**,或只挂牌不做事等**形式主义问题**,变牌子上墙为服务上心,充分释放**基层创新活力**,激励党员干部**真抓实干**。

——**中国纪检监察报**:《牌子上墙不如服务上心》



【本期话题】

自动续费

如今,大家用手机扫一扫就能开通各种会员包月、包年服务套餐,但稍不留神就可能掉进商家陷阱,南宁就有多名消费者中招。今年5月,南宁的陈先生在电视上开通15元包月的影视会员,6月该套餐直接从话费中扣除。经查,他发现商家所谓的包月是自动续费,到期日期为2099年。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎**风及南屿**:自动续费,最大的问题就是变相强制收费和续约,是在悄无声息间就剥夺了消费者的知情权和自由选择权。因为大部分自动续费服务,都是在消费者不知情未许可的情况下被商家默认选择开通的。对于消费者来说,他们常常是莫名其妙就被商家从账户余额或绑定银行卡里自动扣费,而自己对此往往还一无所知。

◎**松月糖**:按照消费者权益保护法的规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利,有权自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务;经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。将自动续费的功能模糊处理,涉嫌违反这些规定。

◎**木槿花开**:对于自动续费问题普遍存在,不能停留于媒体隔三差五曝光、相关专家建议消费者擦亮眼睛,谨防商家精心构建的消费陷阱。付费软件、会员套餐受到有效监管及法律规制,才是根本出路。监管部门要做好事前监管,以明文规定要求商家,不仅不能将自动续费设为默认选项,反而应通过站内消息、手机短信、微信等方式,清晰明确、明白无误地发送会员到期、自动续费即将扣费等提醒。

◎**夏日菊语**:包月自动续费的现象很常见,甚至成了行业潜规则。商家通过包月自动续费,强行让消费者成为自己长期的“金主”“摇钱树”,成了自己“自留地”上反复被收割的韭菜,对消费者“慢刀细割”,这种侵权行为极为恶劣。而这种行为却如此普遍,早已成了顽疾,暴露了严重的监管缺失。

本期话题下期继续

# 方舱医院终将关闭 战疫记忆长久留存

□严奇

13日,武汉首个投入的方舱医院——江汉(卓尔武展)方舱医院正式开始关闭拆除作业。江汉(卓尔武展)方舱医院是由卓尔控股旗下武汉国际会展中心于2020年2月3日改建而成,2月5日晚9时开始收治第一批患者,是武汉市第一家开舱的方舱医院。

(8月14日《湖北日报》)

消息发布后,话题“武汉江汉方舱医院彻底关了”迅速冲上微博热搜。“恭喜恭喜”“关门大吉”“永不开业”等词句纷纷在评论区刷屏。似乎,从没有一家医院因为关闭拆除,而受到如此强烈的关注与如此热烈的欢迎。从网友们的点赞声中,我们不难看出社会各界对方舱医院突出贡献的肯定。

据了解,截至3月9日休

舱,江汉方舱医院共收治患者1848人,累计治愈出院1327人,成为武汉开放最早、开放床位最多、收治患者人数最多、出院人数最多的方舱医院。如今,它的正式关闭,也标志着疫情风险已降低到一个新层次,武汉人民正进一步走出疫情阴霾。

春节前后,突如其来的新冠疫情肆虐在中国大地。2月5日晚,分别建设在武汉洪山体育馆、武汉客厅、武汉国际会展中心的3家方舱医院正式开始启用。武汉与新冠疫情的斗争迎来了转机。可以说,方舱医院承载着不少医护人员及患病居民与疫情斗争的记忆。其中的酸甜苦辣,不会随着方舱医院的关闭而消逝。

与苦难斗争的记忆是一个地区、一个国家、一个民族走向

辉煌的宝贵财富。任何时候,我们都不能忘记此次疫情给我们带来的教训。诸多方舱医院虽然会相继关闭,可深埋在其中的记忆,值得我们长期保留和回顾。方舱医院当中的实物,便是保留记忆的一个好载体。

一方面,希望从方舱医院转移出来的铁架、床板等物资在经过医疗处理后,再度投入使用,发挥最大的医疗价值;另一方面,也希望从中挖掘和保留一些具有代表性的物资,给曾经进入方舱医院治疗的患者留一点回忆,给经历过疫情的人多一点警示,给即将投入医疗战线的医护人员多一点鼓励。

必要的情况下,或许还可以给曾经开设过方舱医院的体育馆、展览厅留一块板、一面墙,保留回忆的同时体现出与疫情斗争的荣誉。

# 莫让香烟傍“大国重器”营销

□斯涵涵

香烟显然都在傍“中国天眼”望远镜的名牌。说明包装上有故意引导消费者往“天眼”天文望远镜方面思考和推广的主观意识,因此从广告法和侵权责任法的角度上讲,可能涉嫌侵权。

“中国天眼”是国家重大科技基础设施,代表着我国的科技创新能力与领先地位,“中国天眼”的建成让国人倍感自豪。“天眼”的图案、简称等标识,在世人心目中已经成为贵州平塘500米口径球面射电望远镜的专有名词,“天眼”牌香烟无非是想借助“天眼”望远镜的巨大影响力,将吸烟和望远镜乃至浩瀚无垠的星空联系起来,做一波生动而“美丽”的吸烟广告,会让人产生该香烟与“中国天眼”有诸多联系甚至经过了其授权的错觉,进而认为吸烟是神秘、有趣的行为,对于广大民众尤其是身心发育尚不健全、好奇心强、价值观正在形成阶段的青少年来说有着极大的负面影响。

经调查,香烟出品方并没有与“中国天眼”(FAST)建设、运营单位中国科学院国家天文台达成共识,但烟企依然执意销售此种品牌香烟,说明对于此种行为缺乏有效约束。不难想象,若不加遏制,这种傍名牌的、利用大国重器做营销的烟草品牌或将在各地陆续出现。而我国对于此类商标、品牌专用权目前还缺乏细化、明确的审核标准,才使得“天眼”牌香烟投机取巧,肆意游走在监管的盲区。

近年来,在各方共同努力下,我国禁烟控烟工作取得长足进步,但毋庸讳言,历史积淀下的烟文化使我国控烟形势依然严峻,而“天眼”牌香烟是对控烟法令与科技创新品牌的双重挑战。有关部门要强化监管,健全完善法规,用明确的法律法规来约束或监管这种乱傍名牌、有违控烟共识的行为,将监管端口前移,强化科技品牌保护力度,用法规来约束资本疯狂追逐下的任性行为,防范并遏制名为“天眼”、实为“吸烟营销”的乱象。

# 探险有“边界”,“任性”须买单

□刘天放

8月14日下午6点左右,峨眉山后山,河南男子孙某鹏、浙江男子孙某涛终于被救援人员发现,此时距他们迷路失联已5天4夜,50多名救援人员已整整搜救了46小时。8月10日,两人不顾当地群众劝阻,擅自进入峨眉山后山探险,后因迷路而失联。被救出后,根据《峨眉山世界文化和自然遗产保护条例》,二人依法承担了2万余元搜救费和罚款。

(8月16日《华西都市报》)

据了解,峨眉山后山属于未开发的原始森林区域,环境特别复杂,野生动物物种丰富,毒蛇较多,手机全程无信号,悬崖峭壁林立高差几百至数千米。不仅如此,近期还经常降雨和起雾。可就是在如此恶劣的环境下,这俩驴友仍不听劝阻,任性前往。

自从2014年10月四川甘孜藏族自治州稻城亚丁景区率先实行有偿救援,成为全国第一个“吃螃蟹者”以来,包括四姑娘山、安黄山在内的一些景区,都启动了有偿救援。目前我国《旅游法》《风景名胜区管理条例》等多部法律法规都对驴友进入没有安全保障区域的行为及有偿救援作出了具体规定,对遏制任性游客有明显效果。

随着生活变好,越来越多的驴友不再满足于景区为其设定的旅游界限,而是想到尚未开放区域探险,这无疑加大了旅游风险。一旦遇险,就将产生救援费用,而仅靠景区自己解决,显然会加大景区的运营成本,这是任何景区都无法承受的。因此,在明确告知游客切莫进入景区未开发、未开放区域的前提下,游客依然任性不改,那么由其买单,就没有任何问题。

众所周知,培养一名合格的救援队员所需时间成本和经济成本都非常高,加上救援器材就更多。耗费公共救援资源也是一种浪费,将使社会的运行成本加大,对各方都不利。长此以往,还会形成一种不良风气,甚至可能带坏一批人。就算自己支付救援费,每次未必都这么幸运,在生命面前任性无疑不妥。

如今,社会变得越来越包容,每个人都可以按照自己的方式生活。可是社会再包容也要有边界,每一位公民的权利都是平等的,任何人都不能搞特殊,每个人都该对自己的行为负责,尤其是那些擅自到未开放区域探险的“任性”驴友。而上述两位驴友对于自己的鲁莽行为和占用搜救资源,深感歉意,呼吁广大驴友不可贸然进行危险的探险活动,既是深刻教训,也再次警示所有人:探险有“边界”,“任性”须买单。



## 顾客剩菜 服务员扣分

西安一家餐馆,将适量点餐纳入服务员月度考核中,客人用餐结束后工作人员巡场时,如发现餐桌有剩菜,则会按剩菜情况给予当桌服务员不同程度的考核扣分。同时,该餐馆摒弃华而不实的菜品装饰,如有必要装饰也改为可食用型,避免造成浪费;推出小份菜、例菜及位菜等供顾客灵活点餐。工作人员告诉记者,餐厅每天接待约百桌客人,八成以上顾客可做到“光盘”,其余多数人也都有剩菜打包意识。

(8月16日光明网)

看到举措中的善意

□罗志华

顾客点多点少,服务员或许的确不能硬性干预,但在实际的消费过程当中,服务员的建议往往对于顾客可产生十分明显的影响。比如在过去,一种比较常见的现象是,服务员通过刻意诱导,让顾客多点菜、点好菜、贵菜,即使出现浪费,为之买单的是顾客,餐馆反而会赚得更多,服务员也会因为“会点菜”而得到奖励。

因此,“顾客剩菜服务员扣分”这一规则,表面的一层善意是鼓励顾客少点菜,既不导致浪费,顾客也节省了开支。深层次的善意则是,餐馆将不再使用多推荐菜品的赚钱方式,宁可少赚钱,也不愿意导致浪费。此外,对服务员扣分不管是否合理,但总比过去给予点菜多的服务员以奖励要好。

这一举措除了对消费行为将产生影响外,更会对服务员的行为产生影响,服务员将从尽量多点菜,转变为尽量少点菜,这一观念的转变,将使节约用餐更有保障。还要看到,此举也是餐馆经营者让利和自我加压的体现,为了做到不浪费,餐馆在菜品等方面须做一些调整,比如改大盘菜为小盘菜等。

不如实施“光盘奖励”

□张涛

服务员与消费者之间并非管理与被管理的关系,如果消费者出于“面子”等考虑,执意多点菜,服务员也无法制止。既然服务员没有权力左右消费者的行为,就不应因为消费者剩菜而追究服务员的责任。

再者,除了服务员参与的点餐环节,可能导致剩菜的因素还有很多。比如,有顾客临时有事来不了或是提前离席,菜品不对消费者的口味。服务员即使再神通广大,这些因素也无法未卜先知。倘若因此而被扣分,岂不是“欲加之罪,何患无辞”?这种管理手段,不仅是不公平不合理的,也直接侵犯了服务员的应有权益,有违法之嫌。

当然,该餐馆将适量点餐纳入服务员考核,也是看到服务员在制止餐饮浪费中扮演着重要角色。只不过,看对了病灶,开错了药方。与其“剩菜扣分”,不如“光盘奖励”,发现餐桌没有剩菜,可以对服务员予以相应奖励。这样一来,既不会让服务员代人受过,权益受损,又能从正面调动服务员参与制止餐饮浪费的积极性。

要想推行服务员“光盘奖励”,一些餐饮企业必须纠正畸形薪酬管理模式。相比之下,实施“光盘奖励”,让服务员主动引导消费者适量点餐,可以实现“三赢”。消费者节省了不必要的开支,社会避免了不应有的浪费,商家也能通过人文关怀赢得“回头客”。