



“管死”肯定管不好



特约评论员
默城

建立在民意基础上的城市文明,才能行稳致远。这是舟山出台露营新规引发社会争议后,该有的现实启迪。

据钱江晚报报道,舟山市城管局于5月23日印发了《关于城市公园搭帐篷休闲活动管理的指导意见》,对露营行为提出规范要求,不过,却在舟山市民当中,引发了不小的争议。

我们先来了解下,这份《指导意见》里的一些具体规定。比如要求在城市公园搭帐篷必须在周末和节假日,且帐篷占地面积小于5平方米,高度不超过1.5米,不得拴树、使用脚钉,帐篷不能全封闭。另外还有一些规范行为,如禁止煮食烧烤,不得抽烟、大声喧哗、乱丢垃圾等,也不能过夜,不能在草坪上放置座椅、婴儿车、轮椅等。

这份《指导意见》的内容,给人的第一感觉是,是不是管得太多了?太细了?如果按照这些规定去露营,那还能叫露营吗?尤其是不让过夜,禁止煮食烧烤,帐篷不得拴树、扎脚钉,这不就等于变相不让大家露营了?这些也是很多舟山市民关切的问题,有人发帖说,露营的热情,都被浇灭了。

这几年,露营愈发火了,很多城市公园以及近郊绿地,成了露营的首

选。随着露营的人群扎堆,破坏公共绿地、生态环境的事情时有发生,安全隐患也越来越多,这些都给相关公园和绿地的管理,带来了很大的挑战,也真切刺痛了城市文明。

基于这一现实,再来审视舟山这份《指导意见》里的很多内容,比如禁止喧哗和乱扔垃圾,确有合情合理之处,也是为了安全,为了保护环境,为了守护城市文明。对此,市民应该是认可的。

当然,这并不意味着这份《指导意见》完全没问题,社会治理,要追求的是“管好”,而非“管死”,要处理好活力与秩序的关系。

一些确实合情合理的规定,可以保留,至于其他有争议的规定,比如帐篷大小、过不过夜以及能不能带婴儿车等事情,还是不能搞“拍脑袋决定”,应该多倾听市民意见,多多尊重民意,一起商量着来,看看能不能找到社会公共利益的“最大公约数”。

建立在民意基础上的城市文明,才能行稳致远。这是舟山出台露营新规引发社会争议后,该有的现实启迪。

有感
而发

儿童读物不能含“毒”

都说人红是非多,但其实书红,是非也多。给80后90后留下深刻印象的《淘气包马小跳》,曾是当年的“网红童书”,最近它被大量盗版了。

据钱江晚报·小时新闻报道,近日,浙江嘉兴海盐警方成功打掉一个特大销售少儿图书类侵权复制品团伙,抓获犯罪嫌疑人10人,现场扣押《淘气包马小跳》系列丛书、《大中华寻宝记》等少儿盗版书籍10万余册,涉案价值1000余万元。得知警方破案后,《淘气包马小跳》丛书的出版社,以及作者、知名作家杨红樱女士,分别给嘉兴警方写信表达感谢。

图书盗版是个老问题,而畅销儿童读物,更是盗版的重灾区。曾经的盗版交易发生地多在校园周边地带,如今大量的盗版生意有了变化,就如嘉兴警方破获的这起案件那样,已经转战到网上。

生活中,一些家长网购时买到盗版书,大多数人可能会秉持一种观念:书么,管它是不是盗版,能用就行,何况花一样的钱,可以买到多本。但其实盗版图书的危害,远远超出你的想象。

我们都知道,盗版图书印制质量差,装帧粗陋,错误较多,对读者获取知识会产生困扰。殊不知,盗版商为了节约成本,通常采用劣质纸张、油墨印刷,这些不合格的材质,还会散发出刺鼻气味,严重影响少儿读者的身体健康。海盐警方这回查获的非法出版物,甲醛数值就偏高。这种儿童读物,不是开卷有益,而是开卷有“毒”了。

一个不可忽视的残酷事实是:随着印刷技术的改进,盗版翻印的成本大大降低,盗版儿童读物之所以能兴风作浪,随处招摇,正是凭借低价吸引家长注意。而一些家长贪小便宜、不以为然的心理,使盗版行为变得更加猖獗。基本上,由于图书盗版维权耗时耗力,还收效甚微,以至于出版社和作者,都会像《淘气包马小跳》一书那样,虽然深受其害,仍然无可奈何。最终斩断伸向儿童图书的毒手,不得不寄希望于官方的雷霆行动。

本报评论员 陈江

不玩套路,才能共赢

每年的6月18日,都是“剁手党”心心念念的节日,也是网络商家的狂欢季。今年的“6·18”,在疫情背景下更具有了不同的意义。但另一方面,近年来在类似的网商集中促销活动中,一些商家层出不穷的套路也让消费者头疼不已。

为此,市场监管总局日前专门向全国互联网平台企业和各地市场监管部门发出提示,进一步规范做好“6·18”网商集中促销活动。

服务业向来是国民经济的重要组成部分,而电商平台在纾困中的小微市场主体方面能发挥更大的作用。这两年在疫情的压力下,通过电商平台加快线上发展是服务业积极自救的有效途径。

今年报名参加各大电商平台“6·18”网商集中促销经营活动的中小商家数量明显增多,有关部门在这个时间点发布相关提示,出发点充满了帮助关爱之心。

但是除了帮助之外,必要的规范与管理还是必不可少。

因为想抓住大促期间的流量红利,原本就是薄利多销的小商家免不了要再度让利参与满减活动,以求追赶上电商大促销的脚步。但是全部自行承担促销的费用,的确会进一步压缩利润空间,导致虚假促销的情况

一直以来屡见不鲜。特别是在各个网商节日促销等节点,一些网店、直播间里,所谓的超低打折、“骨折”价的商品随处可见,但是价格真的“骨折”了吗?实际上是,一些商家借打折来诱导顾客消费,有的大幅度提高原价,为后续“打折”预留空间。有的在满减优惠上作文章,层出不穷的套路让不少消费者屡屡中计。

法律界人士指出,经营者宣传虚假优惠折扣,导致消费者无法获悉真实的交易价格,侵害了消费者的知情权、公平交易权等合法权益,属于欺诈行为。

如何避免乱象?

责任还是要落实到电商平台身上。要严格落实主体责任,把好平台准入关,落实审查核验义务,禁止平台内经营者采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销。疫情虽然对生产经营造成了严重影响,但是不能借疫情违法营销。

同时,电商平台能否在促销让利方面多承担一些责任,适当地减免商家的部分营销成本,让原本薄利的小商家松一口气,激发他们的参与热情,更多的让利给消费者。特殊时期,放水养鱼,也不失为一种办法,共渡难关,才能实现共赢。



本报评论员
项向荣

如何避免打折乱象?责任还是要落实到电商平台身上。同时,电商平台也应适当减免商家的部分营销成本。



扫一扫
一起来评论