

提升扫码消费的服务体验

周人杰

扫码消费如何不“扫兴”?前不久,一项关于二维码生活场景应用情况的调查,引发关注和思考。调查显示,扫码消费降低了人力成本,提高了服务效率,也为餐饮、文旅等产业的提质增效带来新契机。但同时,强制关注、夹杂广告、操作繁琐等问题,让消费者深受困扰。比如,有消费者驾驶车辆离场前停车系统已识别并显示费用,但扫码后的界面仍要求手动输入车牌号等才能支付;有消费者到店就餐被告知只能扫码下单,并且后续广告推送让人不胜其扰;个别文旅景点忽视老年人、残障人士等特殊消费群体需求,完全依赖线上预订……破解这些问题,亟待加强监管、协同施策。

今年年初发布的《2022年移动支付安

全大调查研究报告》显示,77.5%的手机用户每天都会使用移动支付,受访者月均消费总支出的86.1%由移动支付完成。而在移动支付满足消费者数字生活基本需要的过程中,各类不安全行为还不少,欺诈、受骗事件屡有发生。对此,北京市消协发文劝导相关经营者,“不得强制消费者关注公众号或使用手机APP、小程序进行自助点餐或购物、缴费”,上海市有关部门也针对网络点餐不同场景下餐饮经营者收集、使用、保管消费者个人信息等提出具体合规要求和操作准则。各地实践启示我们,提升扫码消费的服务体验,首先需要保护好个人信息,筑牢安全屏障。

扫码消费中存在的问题,不仅影响消费体验,而且涉嫌违反相关法律法规。比如,在点餐方式上,消费者应享有充分的选择权,既可选择人工点餐,也可选择扫码点

餐;又如,扫码支付中过度收集性别、手机号、生日甚至身份证号等与消费服务无关的数据,涉嫌违反个人信息保护的法律法规;再如,“诱导精准定位”“关联搭售”“关注公众号才能开发票”等不合理限制,违反了《互联网用户公众账号信息服务管理规定》等规章制度。要杜绝扫码乱象,必须坚持法治思维、增强法治观念,以更强有力的监管举措,将法律法规落实落细。

把恢复和扩大消费摆在优先位置,就要为消费者创造安心、清朗的消费环境。提升扫码消费的服务体验,既需要市场监管部门强化对相关企业的监管力度,也要建立联合执法和监督机制,完善投诉渠道和线上、线下调解机制。未来,虚拟现实和人工智能等新一代互联网技术将带来更丰富的消费选择,这既是企业数字化转型的新机遇,也是消费者保护的新挑战。无论

是引导扫码服务提供者收集个人信息时遵循最小必要原则,还是监管部门打好抽查、暗访、约谈、罚没、整改等“组合拳”,都需要坚持前瞻性思考,秉持法律这个准绳、用好法治这个方式。

消费是我国经济增长的重要引擎。8月份,社会消费品零售总额同比增长4.6%,增速比7月份加快2.1个百分点。巩固居民消费稳步扩大的态势,通过终端需求带动有效供给,都要求不断提升消费体验,营造安全放心的消费环境。从阶段性治标到中长期治本,从强化权益保护到促进科技向善,建立和完善扩大居民消费的长效机制,使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费,我们就能够更好发挥消费拉动经济增长的基础性作用,不断推动经济运行持续好转。

叶金福

假日,子女回到老人身边,家里很热闹。几天后,子女纷纷离开,家中变得冷清,不少老人又感觉孤独了,心情低落。据媒体报道,近日,山西省太原市西矿街社区的网格员提前“上岗”,敲响独居、空巢老人的家门,陪着聊天,帮他们尽快度过节后“寂寞期”。

随着中秋、国庆长假的结束,许多在外地工作的游子纷纷收拾行囊,离开家中的老人,踏上回程之旅。这一走,对于许多游子来说,短则要一两个月才能回来一趟,长则要等到春节甚至更久才能回家团聚。此时,许多空巢老人又会感到孤独、寂寞,不免令人感到一阵酸楚。

帮助老人纾解节后“寂寞期”,需多方发力。一方面,作为子女,除了平时在物质生活上满足老人的需求之外,更要在精神生活上给予关爱。平时不妨“常回家看看”,多陪老人聊聊天,多吃几顿团圆饭。平时不能常回家的,也要“常打电话问问”,要让老人时时刻刻都感受到儿女的关爱和温暖,切莫一走数月或一年两年也没有一个电话,只是国庆、春节这样的长假期间才象征性地回趟家。另一方面,村两委、社区应发挥积极作用,组织空巢老人开展一些文体活动,如邻居节、看大戏;也可以经常性地上门探望,陪老人们多谈谈心、拉拉家常,从而让老人们在子女不在身边的时候,也能感受到社会这个大家庭给予的关爱和温暖。

当然,老人也应学会自我调节。有文化的老人,可以多订阅一些报刊、杂志,平时养成看报的良好习惯,从报刊、杂志上汲取更多的精神食粮;没有文化的老人,也可以通过邻里经常在一起聚会、聊天等方式,来纾解内心的空虚和寂寞。

人人关爱空巢老人,人人心中装有空巢老人,多方出动,形成合力,既在物质生活上给予帮助和满足,又在精神生活上给予关心和关注,让老年人长年心情保持舒畅,切实帮助老年人纾解节后“寂寞期”。这样一来,子女在外地工作、打拼就可以少些牵挂了。



风险提示

“AI换脸”诈骗利用仿真技术冒充亲人、同事或公职人员声音相貌行骗,此类新型网络诈骗手段多样、门槛降低、辨别难度加大,常令公众放松警惕,短时间内造成较大损失。国家金融监督管理总局北京监管局近日发布风险提示:眼见不为真,谨防新型欺诈手段,提高打假维权本领,守护家人亲属财产安全。

新华社 朱慧卿 作

“职业伴娘”有需求有门道,还得立规矩

宋学敏

作为职业伴娘,李灵今年国庆没有休息,8天假期里参加了8场婚礼。早上五六点钟,她赶到新娘家里布置现场,做接亲的准备,一直忙到中午酒席结束。出于兼职以提前还房贷的想法,李灵从今年开始做职业伴娘,收费标准在200元至300元之间,目前已接单超过10次。她在社交平台上分享经验时,还是会着重强调:如果碰到婚闹或者感觉自己被冒犯了,该说拜拜就拜拜。

“职业伴娘”?在很多人的观念里,伴娘不是由新娘的好友或者亲人担任吗?咋还职业化了?其实,职业伴娘、职业伴郎并不是新鲜事了。一些婚庆公司就提供相关服务,有的公司甚至拥有上万名职业伴娘、伴郎,为全国各地的新人提供婚礼服务,还有专门的平台。当然,更多的是如李灵一样,以个人身份在二手交易平台、社交媒体平台上发帖自荐。职业伴娘兴起是因为各种原因催生

了需求的不断增多。比如,在一些地方的习俗中,伴娘必须是未婚女性,甚至对当伴娘的次数也有要求。这样,晚婚人士就很难从身边找到未婚且适龄的伴娘。再比如,或者要好的朋友不在一个城市,千里迢迢赶来,交通费、住宿费、手办礼等成本太高。还有的干脆不想亏欠人情,不好意思使唤别人,倒不如花钱解决来得方便。而在另一方面,现在一些年轻人不愿意当伴娘,“伴娘就是一个吃亏费钱不讨好的苦差事。”此外,还有人觉得第一次结婚,难免搞不清楚状况,如果有个经验丰富、清楚流程的人在旁边帮忙,就相当于请了一个助理。

伴娘不好当,职业伴娘更不好当,有门道,有规矩,也有风险。一般来说,作为衬托性角色,伴娘不能太闷也不能抢风头喧宾夺主,还得有“眼力见”,了解当地的风俗和基本礼仪以及新人的基本情况。尽管是请来的假闺蜜,但戏也要演得像,不能露馅出丑。“在前期沟通的时候,我们都会和新娘商量,给自己安上一

个具体的、有说服力的人设。”“可以扮成新娘多年的同窗好友,也可以是新娘默契的工作搭档。只要新娘需要,我们可以随时转换身份。”

当然,职业伴娘也有争议。比如,有人担心职业伴娘会不会让婚礼变味,没有好姐妹的见证和祝福,缺少了婚礼的亲密氛围和神圣感。“又多了一个新工种,以后有没有可能除了新郎、新娘,其他都职业化了?职业亲戚、职业朋友、职业客人?”对此,倒也不必过虑,毕竟,婚俗礼仪也是变迁的,而婚姻需要的是用心经营。职业伴娘到底靠不靠谱确实是个问题。比如,职业伴娘良莠不齐,一些公司和平台是草台班子,临时招募的职业伴娘并不专业,更不用说一些个体户了。诸如临时毁约、婚礼现场临时加钱、收到的红包不如数交还给新娘甚至泄露新娘隐私等风险需要规范和防范。因此,随着职业伴娘这一新兴行业的发展,需要出台相应的行业指导意见,当然更多还是要靠市场进行调节。