

整治缺斤短两不分线上线下

刘沛恺

随着电商蓬勃发展,越来越多消费者通过电商和直播带货网购生鲜水果、零食等商品。然而,一些不良商家利用网购消费难以监督的特点,在称重环节“做手脚”,使得消费者到手的商品与直播描述相差甚远,违背了市场的诚信经营原则,也损害了消费者利益。

网购“做手脚”的花样不少。一些商家通过在称重时加入过重的包装、干燥剂等方式,将商品实际重量与标注重量拉开差距;还有一些商家吃准了大多数消费者在收到商品后并不会称重验货,在不易察觉的范围内悄无声息地缺斤短两。

相较于线下市场的缺斤短两,网购中的缺斤短两有其特殊性。消费者若缺乏一定生活经验或未在收货后及时称重验货,往往难以发现问题。“不见面”交

易、“零接触”服务虽然方便,但也提高了消费者取证、维权的门槛。

尽管相关法律已经明确规定,商家在销售商品时应当诚实守信,若存在虚假宣传或欺诈行为,应承担相应法律责任。但由于网购取证困难、维权成本高,实际操作中,消费者的维权往往仅停留在退差价、补发货、退货款等层面,难以对商家形成实质性惩罚。

对此,电商平台要积极作为,承担起更大的责任。一方面,应加强对商家资质的审核,定期检查商品描述的真实性,优化技术手段,对店铺进行技术画像,严查存在“鬼秤套路”的店铺;另一方面,也应畅通消费者的投诉渠道,及时回应消费者反馈,对存在问题的商家予以严惩。

今年5月份,市场监管总局印发《关于进一步深化电子计价秤市场秩序综合整治的通知》后,随着监管力度加大,电

子计价秤市场秩序明显改善。整治缺斤短两不分线上线下。监管部门应加大对网络销售商品的抽查和监管力度,对于生鲜水果、零食等容易在重量上“做手脚”的商品,实行定期检查和突击抽检。对于线上购物缺斤短两问题,监管部门也应联合平台加大检查和曝光力度,提高处罚标准和惩罚性赔偿标准,对相关经营主体起到震慑作用。此外,还应进一步完善信用评价体系,将商家诚信经营状况纳入评价范围,督促商家自律。监管中也要严格规范商家对商品的标称和描述,确保商品描述的真实性和准确性,挤压类似“套路”存在的空间。

消费者在网购时应保持警惕,优先选择信誉度高、评价良好的商家,商品到货后若有疑问可称重、验货,并注意保存相关购物凭证,遇到问题及时向平台举报,根据情况向相关部门投诉,维护自身合法权益。

郭元鹏

近日,话题“老师捡手机归还,失主请全班吃汉堡”引发了舆论的广泛关注和热议。视频显示,安徽阜阳的汉堡店店主阿乐(化名)丢了手机,一所乡镇中学的教师杨成付捡到后,及时将手机还给他,并拒绝了他的谢礼。为表示感谢,阿乐制作了60个汉堡,送到该老师教课的班级,将汉堡分发给学生们。

面对“意外之财”,这位教师没有“拾金不昧”;面对“善意温暖”,这位市民没有“理所当然”。“失主请全班学生吃汉堡”,烹饪的是“诚信的美味”。不过也有网友说,为啥送的非要是“汉堡”,要是送的是中国美味就更完美了。其实,如果是这般纠结就过分了,答案很简单:失主是做汉堡生意的。这也是“赠人汉堡手有余香”。“失主请全班学生吃汉堡”倒是给出社会的思考题。

思考题之一:回馈如何“涌泉相报”?回馈应该真诚,回馈应该适度。回馈应该根据实际情况和自己的能力来进行。失主选择了制作汉堡送给老师的学生们,这种方式既表达了感激之情,又不会给老师和学生们带来负担。失主为了感谢杨老师,制作了60个汉堡送到老师所教的班级。这种回馈方式虽然简单,却充满了感激和敬意。这种“涌泉相报”的回馈方式,也值得我们思考和学习,这种方式让我们感受到了人性的美好和善良。

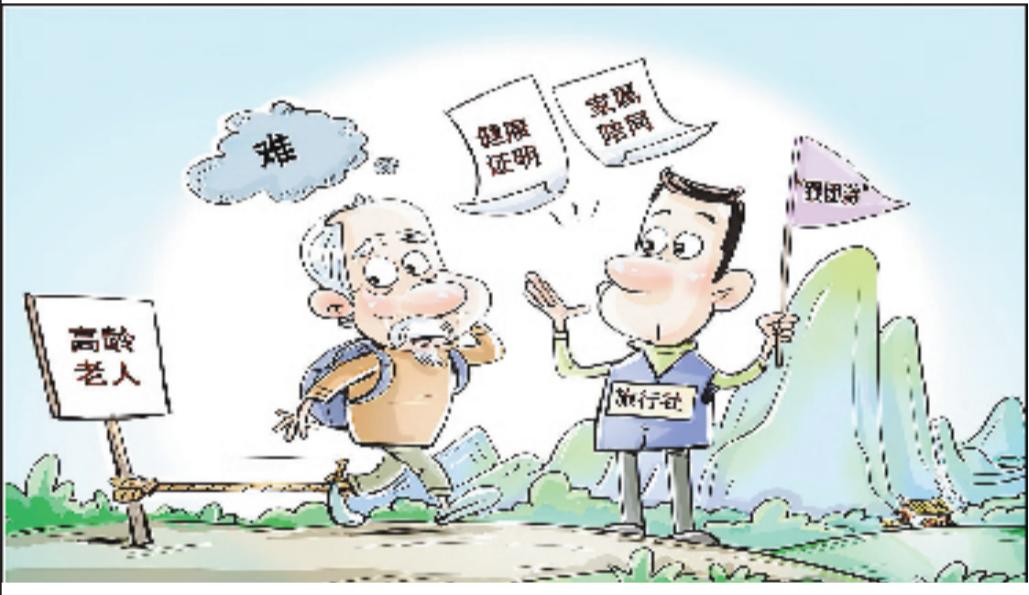
思考题之二:诚信如何“德有所得”?诚信是社会生活中的重要价值观,也是个人品德的重要体现。杨成付老师捡到手机后选择归还,体现了他的诚信和责任感。他的行为得到了社会的认可和赞扬,这正是“德有所得”的体现。“德有所得”还体现在杨老师的行为所带来的社会效应。他的行为激发了社会的正能量,弘扬了社会正气,为社会的和谐稳定做出了贡献。而“失主请全班学生吃汉堡”也是诚信对诚信的回馈。“德有所得”无疑是诚信的双向奔赴,其对于社会风气的倡导具有巨大意义。

思考题之三:我们如何“言传身教”?我们常常说要言传身教,言传身教就是最好的教育。教师的言行对学生有着巨大的影响。学生时刻在观察、学习和模仿老师的言行。因此,教师必须以身作则,用自身的行为为学生树立榜样。杨老师捡到手机后,没有私自占有,而是选择了归还,这种诚信的行为,无疑会对学生产生积极的影响。延伸来说,要教育出好的孩子,不能只是教师的言传身教,还需要家庭、社会都做好言传身教。品德教育不仅仅是口头上的教诲,更重要的是通过自身的行动来展示。

诚信是品德的体现,其融入在社会的方方面面。我们应该像杨成付老师那样言传身教、以身作则,坚守诚信原则;我们应该像失主阿乐那样真诚回馈社会和他人的帮助与善意。“失主请全班学生吃汉堡”,是一堂生动的诚信教育课。

失主请全班学生吃汉堡,让【德】有所【得】

难点



刚刚过去的十一假期,不少老年游客表示,自己虽然有出游意愿,但报团旅行经常面临各种限制。

记者以报名者的身份线上线下采访了十多家旅行社,其中多数旅行社对游客年龄有要求,高龄老人参团存在不少限制。

新华社 王鹏

戳破增高骗局,更要消除身高焦虑

陈广江

据媒体报道,近年来,随着社会对身高的关注度不断提升,一些针对身高焦虑的人群推出的增高产品,正在互联网上形成日益完整的产业链。这些产品宣称不分年龄,只要使用,就能长高5到8厘米。事实果真如此吗?专家提示,人体的骨骼闭合后,再用任何刺激手段,也不可能再长高了,对于网上任何有关成人的长高产品,消费者都要警惕,避免上当。

成年人使用增高产品,也能长高8厘米?这样的宣传违背科学常识,根本经不起推敲。但现实中,类似骗术屡见不鲜、屡禁不绝,从“增高鞋”到“增高药”,再到“增高针”等,不一而足。更有甚者,竟尝试国家严令禁止的“断骨增高术”。

在某电商平台上搜索“增高”二字,五花八门的产品令人眼花缭乱。这些产品往往包装精美,宣传语诱人,再加上一些所谓的“成功案例”和“科学原理”,具有很强的迷惑性。比如,目前上海闵行

警方抓获的售卖“增高粉”的诈骗团伙,将成本50元的牦牛骨粉,以3000元至5000元的价格向消费者兜售。经过检验,这些被吹得神乎其神的“增高粉”,其蛋白质和钙含量远不如日常食物。

其实,人的身高增长是有其科学规律的。对于成年人来说,骨骼已经完全闭合,无论使用何种刺激手段,都不可能再长高。那些宣称对成年人有效的增高产品,完全是违背科学的无稽之谈。增高产品骗局之所以能够得逞,很大程度上是因为一些人的身高焦虑在作祟。这种焦虑不仅存在于成年人中,更在未成年人的家长身上体现得淋漓尽致。

身高焦虑,不仅仅是个人的心理问题,更是社会文化的产物。毋庸讳言,某些时候,身高往往被视为魅力和优势的代名词,甚至不乏“颜值至上”“以貌取人”的现象。这种扭曲的价值观无形中加剧了人们的身高焦虑。尤其是青少年群体,他们正处于身心发展的关键时期,面对来自社会、家庭乃至同龄人的身高压力,往往更容易陷入自卑与迷茫。

身高焦虑不仅会影响个人的心理健

康,导致自卑、抑郁等负面情绪的产生,还会影响人际关系与社交能力的发展。一些不法商家正是利用了这种焦虑心理,通过虚假宣传、夸大其词等手段,诱导消费者花高价去购买无效的乃至有害的增高产品,从而牟取暴利。

正因此,严厉打击增高产品骗局的同时,更要从源头上消除身高焦虑这一社会顽疾。对此,相关部门、医疗机构、电商平台、学校、媒体等各方都应承担起责任,持续加强科普知识宣传,消除部分人的认识误区。对社会而言,应重新审视身高在社会评价体系中的地位与作用,让每个人都能在一个公平、公正的环境中生活和发展。

特别是对家长来说,越是关注孩子身高,越要保持理性。专家指出,正常情况下,想要让孩子尽可能长高,适量的运动、充足的睡眠、合理的饮食和快乐的心情很关键。一旦发现孩子发育异常,应及时去正规医疗机构就诊,而不能轻信网上一些商家天花乱坠的宣传。

消除身高焦虑并非易事,不妨从拒绝非医疗机构的增高产品开始。