

“开奔驰募捐” 是另一种骗捐

□ 张立美

近日,有绍兴网友联系记者,说在朋友圈看到一则募捐消息《好心人,感谢您帮一下我的白血病女儿》。消息是一个绍兴女子发的,希望能募捐30万元。他的很多朋友看到后,都在转发,并献出爱心。然而,添加求助女子的微信后,他发现她开奔驰、秀钻戒。“既然那么有钱,为何还要募捐呢?”这位网友很困惑。(2月25日《钱江晚报》)

以往发生的骗捐、诈捐案例,基本上寻求募捐的人编造虚假信息,骗取大众、网友的同情,从而获得他人的捐款。在这起开奔驰募捐事件中,当事人并没有编造虚假信息,他们的孩子确实得了白血病,正在治疗。而且,为了给孩子看病,他们的确已经花费了不菲的医药费,还需要一大笔医药费。但是,以这对夫妇现在的经济状况和生活状况来看,“开奔驰募捐”,无疑是另一种形式的骗捐,至少在公众和捐款人心中会留下这样的看法。

在大多数人心中,向社会寻求募捐,除了信息真实这最基本的门槛之外,其实还有一条无形的门槛,并不是说只要一个人、一个家庭遇到了困难,或者家中有人患了大病,就可以向社会寻求捐款,获得他人的捐助。而是一个人、一个家庭只有等到了走投无路,确实筹措不到医药费,自己和家庭完全没有办法解决遭遇到的困难的现实情况下,才可以、才适合选择向他人寻求捐助。换言之,在自己、家庭尚有经济能力筹措医药费的情况下,甚至自身的物质生活状况比大多数人还要舒适的情况下,显然没有资格向别人寻求捐助。

这对夫妻,虽然女儿患有白血病,确实花费和需要一大笔医疗费,已经加重了家庭经济负担,影响了家庭生活水平。但还能拿出钱换更好的汽车、买钻戒秀恩爱,这间接说明他们还有一定的经济能力承担孩子的医药费,孩子患病对家庭生活状况的影响是有限的,并没有直接导致家庭生活标准的降低。

事实上这起“开奔驰募捐”事件反映了在我国慈善事业快速发展的今天,有一些人已经在过度打慈善的主意,只要遇到了困难,不是自己想办法去解决,而是只想得到别人的捐款和帮助。对于这种“开奔驰募捐”形式的骗捐,还需要完善相关法律来规范,不给任何形式的骗捐留下空间。

非常道 | FEI CHANG DAO

人民日报批全家腐: 折了老子 赔上儿子 殃及孙子

近年来,一些领导干部利令智昏,全家齐动员大搞腐败,刘铁男、李达球、郭永祥、赵少麟无不如此。本来他们拥有世人少有的辉煌成功,最终却折了老子、赔上儿子、殃及孙子,甚至为了减轻罪责互相诿罪,亲人成了仇敌,等待他们的只有黑洞般的痛苦寂寥,人生悲剧莫过于此。 @人民日报

微声音 | WEI SHENG YIN

大爷拾荒捡到1万5 寒风中等失主俩小时

辽宁葫芦岛71岁的郝庆连大爷捡破烂捡了个包,里有现金1万5。他在寒风中站了俩小时等失主,最后通过钱包里一张纸条找到了,原来这是一个低保家庭过年还债的“救命钱”。失主下跪致谢,可老人说“捡到钱就应该还给人家”。 @人民日报

湖南法官辞职信走红: 久疲命于杂务 求自在市井

“初则喜正义之伸张,乐法律得施行,不屑媚俗,安于清贫。久矣疲命于杂务,掣肘各情形,荒于教子,未尽孝心……”近日,一则湖南某法官辞职信在网络悄然走红,网友盛赞辞职信文采飞扬,感叹辞职甚为可惜。 @人民日报

时事乱炖 | SHI SHI LUAN DUN

明码“天价”也是一种价格欺诈

□ 汪昌莲



钻空子 王恒/漫画

为到底该不该吃罚单?(2月25日新华网)

尽管武汉这家酒店的姜丝可乐是明码标价,且在餐前向顾客尽到了告知义务,不存在强制消费行为。但是,一壶姜丝可乐,酒店标价128元,价格该不该如此昂贵,值得商榷。不可否认,经营者在遵守明码标价的前提下,有权按照市场供求自主定价。但有权自主定价,并不代表经营者可以漫天要价。

众所周知,餐饮企业与消费者是“一个愿打一个愿挨”。然而,相比餐饮企业而言,消费者明显处在弱势地位,不仅信息不对称,而且话语权也不对等,通常是扮演着被动挨打的角色,稍有不从,便有可能会“吃不了兜着走”。换言之,在明码“天价”的经营环境下,所谓的“一个愿打一个愿挨”,已经剥夺了消费者的“公平交易权”。可见,对于监管部门来说,既要看餐饮企业是不是“明码”,更要看是不是“实价”,这样才能切实维护消费者合法权益。

因此,明码“天价”事件频发,再次给监管敲响了警钟。首先,价格主管部门要提高《餐饮业经营管理办法》的执行力,除了明确规定餐饮企业必须明码标价,不得设置最低消费,不得采取虚假优惠折价等方式诱骗他人消费之外,更不能采取明码“天价”的手段虚夸标价。同时,要建立健全商品和服务价格监管机制,完善价格监督检查制度,坚决查处各种乱涨价、乱收费、变相涨价、价格欺诈等价格违法行为。

“青岛大虾”和“哈尔滨天价鱼”等“天价”消费余波未平,武汉又曝出128元的“天价”姜丝可乐。记者调查发现,事件被媒体曝光后,湖北省物价部门派驻调查组进行调查,酒店方面主动停售了“天价”姜丝可乐。虽是“明码”,却标了“天价”,这种行

GREE 格力 | KINGHOME 晶弘冰箱 | TOSOT 大松

惊天震地一声雷
大地回春万物苏

3月4/5/6日

错过/安徽沸腾/
不能再错过 春雷行动

全品类惊爆特惠 大手笔价保全年*

还记得去年11月28日、29日的安徽沸腾活动吗? 18万人在2天内消费了5.05亿元的格力产品,创造了安徽乃至中国家电史上的营销奇迹。

现在,同样的机遇就在眼前。定档于2016年3月4-6日的安徽格力开年大促“春雷行动”已经开启认筹,与安徽沸腾相当的价格力度,更多元的礼品配赠,更便捷的购买渠道,想要购买格力产品的您,可千万别再错过。

劲爆特价机数量有限,敬请提前认筹

预交60元认筹送超值好礼,购机还可再抵100元

“安徽沸腾”10万人进工厂·家电直销会,火爆现场实拍



赠品1
市场参考价值:
129元/台

赠品2
市场参考价值:
176元/2瓶

*全年是指空调冷年,即日起至2016年7月31日。