

安徽人的生活指南

不能让电动自行车成“隐形杀手”

■ 杨玉龙

时评
ShiPing



12月13日,北京市朝阳区十八里店乡白墙子村一村民自建房发生火灾。经初步勘查,此次火灾系电动自行车引发。近年来,电动自行车以经济实用、占地面积小、绿色环保等优势,成为不少人首选的代步和运输工具。与此同时,电动自行车暴露出来的安全问题日益增多。(12月15日《法制日报》)

作为一种代步工具,电动车自行车,有着很大市场空间。对其规范很有必要。其一,应加强行业标准建设。通过对车速、制动性能、阻燃性能、充电配套设施等的强制性标准的实施,从而抓好电动自行车的源头治理,使其符合安全

规范、环保规范等,以规避“问题车”的流入市场。令人欣喜的是,《电动自行车安全技术规范》已经立项。

其二,对于厂家和经销商而言,应自觉立足“安全第一”。一方面在产品质量上精益求精,不要因消费者的需求,肆意调高速度,或者安装违规配件等;另一方面也应做好安全警示,引导消费者安全保养车辆、安全骑行。

其三,对于消费者而言,依法文明骑行最重要。比如,肆意闯红灯、不按规定让行等往往会成为“马路杀手”。还有就是,两种现象也值得警惕。一是驾驶人老龄化;二是驾驶人老龄化。基于自身的反应能力,他们骑行电动自行车稳定性和刹车安全不容乐观,一旦发生事故悔之晚矣。

其三,交管部门的严格执法同样不能缺失。以上海市为例,从今年3月1日起,超标电动车在上海一旦上路行驶便视为违法,所有电动车必须登记牌照后方可上路。针对电动车乱象,上海交警部门还创新执法方式,比如,针对外卖、快递行业改装车横冲直撞的问题,交警部门推出记分卡模式,要求企业实行双罚制,这些都是消弭电动车乱象的有力举措。

有数据显示,中国电动自行车社会保有量达2.5亿辆,电动三轮车社会保有量达5000万辆,唯有电动车安全上路不成为人民群众身边的“隐形杀手”,才能实现皆大欢喜。因此,这就需要相关职能部门、生产和销售企业,以及每个骑行者共同努力,以避免悲剧的一再发生。

微|声音

未经许可 不得使用冬奥会、冬残奥会会徽

国家版权局16日发布《关于开展北京2022年冬奥会会徽和冬残奥会会徽版权专项保护工作的通知》,通知要求加强会徽版权保护工作,除法律法规另有规定外,未经北京冬奥组委许可,任何单位或个人不得擅自使用会徽。

@中国新闻网

有鼻炎的人 会慢慢变丑

过敏性鼻炎是免疫力失衡的一种表现。在我国,每10人就有1~3人患有不同程度的过敏性鼻炎。若不及时治疗,可能出现哮喘、鼻窦炎、结膜炎、咽鼓管功能障碍,而且当呼吸不畅时,更易“口呼吸”,致面部发育畸形,影响容貌。

@生命时报

非|常道

吴文学:人才供给缺口将成为中国旅游业的首要风险

国家旅游局原副局长吴文学日前表示,旅游最大的优势人人都懂,上到老人下到孩子都可以说上一句。但一个人都可以说的行业是最难干的行业。中国旅游业发展的首要风险是旅游教育的风险,中国旅游业发展的最大障碍是人才供给的障碍,中国旅游业目前最大的难题就是人力资源保障的难题。

@新华

时事|乱炖

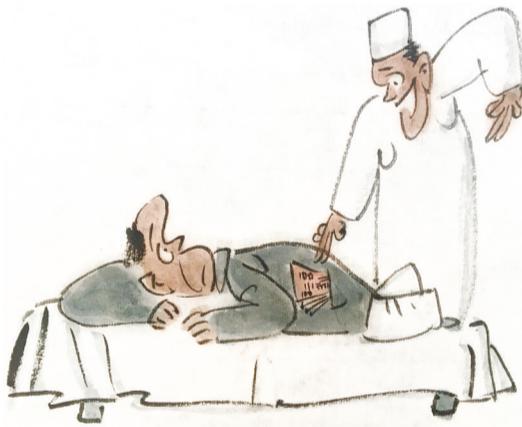
点穴减肥类的乱象该好好治理了

■ 徐剑锋

“不运动,不吃药,无痛苦,点穴减肥,安全有效”“点穴,您不会饿不会渴”……近日,一种包含传统中医和神秘气功的点穴减肥服务,在爱美人群里流行起来。(12月17日《北京青年报》) 公众之所以热衷于减肥,并非简单的“爱美之心”作祟,从健康生活、职场需要等方面来说,也构成了很大的“刚需”,于是各种“私人定制”的减肥套餐就应运而生了。遗憾的是,林子大了什么鸟都有,在减肥中“埋雷”的事情日渐增多,虚假宣传、诱人入套、暴宰一刀也成了行业内不良机构的招牌动作,点穴减肥乱象丛生的事实,让消费者一不留神就会踏入“健康陷阱”。

至于减肥市场乱象纷呈的原因,有人归之为进入的门槛太低,导致良莠不齐,泥沙俱下。但归根结底,这两方面的问题更不容忽视:一是监管责任。现在一说“乱象”,必提“监管”。的确,减肥行业涉及工商、食药监、卫生等部门,监管的真空和交叉部分越多,不仅意味着消费者维权的难度加大、成本增加,也表明违法违规行为难以得到及时快速的惩处。而且,面对横行市场的“潜规则”,监管有时也难以法不责众。二是医学常识普及的责任。大多数人对减肥的态度是非理性的,且不说选择减肥项目要因人而异,盲目追捧的弊端也是显而易见的。在信息不对称和愿望被拔高的维度中,消费者无法对减肥机构进行有力的甄别。于此而言,如何为消费者普及健康常识“扫盲”,进一步提升理性消费、安全减肥的意识,应该成为当下从政府到社会都必须认真思考的问题。最起码的,政府职能部门有责任告诉消费者:市场上,哪些减肥产品属虚假宣传?哪些减肥项目很不靠谱?哪些“李鬼”在浑水摸鱼……

总之,当潜力巨大的健康产业走入公众视野时,新的产业形态需要新的监管思路。当务之急,除了要来一场声势浩大的“正本清源”行动外,还应充分发挥市场和法治的力量来改变竞争混乱的格局。所有这些,既是对监管效力的检验,也是对如何升级监管的考验。



点穴 王恒/漫画

热点|冷评

该如何保障消费者的“差评权”

■ 潘玉毅

“任何听到我哭声的人,都会在睡梦中死去。”电话那头,传来了撕心裂肺的哭号声。睡得迷迷糊糊的沈蕾吓得一激灵,赶紧把电话挂了。她看了看表,凌晨1时40分。沈蕾今年20岁,在辽宁大连一所高校读书。几天前,沈蕾在网上买锅时与店方客服人员发生了纠纷,向商家投诉未果,还遭遇了此次“午夜凶铃”事件。事后,涉事网店表示,已将装鬼的客服人员开除。(据北青网12月16日报道)

近年来,网络购物的流行,在某种程度上让人们得到了实惠和方便,但同时也给人们的生活造成了许多困扰,其中因为给差评遭到商家的报复和骚扰就是比较突出的一个问题。当然,从整体来看,大部分的商家还是遵纪守法、诚信经营的,但总有一些商家投机取巧还不许别人提意见、给差评,如同一粒掉进粥里的老鼠屎,让人看着大倒胃口。

想要让网络购物这个产业链真正健康、快速、可持续发展,规范市场的运作秩序,提升商家的诚信意识,保障消费者的差评权,笔者以为,需做到以下几点。

首先,网络空间不是法外之地,网上的交易同样需要遵循我们国家的法律法规。任何只求商业利益,不守法纪的行为都必须彻底予以惩处和根治,这么做,不仅能够保障消费者的权益,其实也从侧面保障了那些诚信经营商家的权益,有助于维护交易公平。

其次,平台应善用好自己的监督权。一方面,平台在商家入驻之初应该严格把控,不能为了利益,明知商家造假制假也睁一只眼闭一只眼;另一方面,一旦查实商家有恐吓、威胁消费者的行为,不仅要在经济上进行处罚,还应取消其准入资格,如果“冯京换作马凉”还能继续招摇过市,那所谓的差评机制也就没有存在的必要了。

再次,收寄快递也好,手机办卡也罢,应将实名制贯彻执行到底。现实中,消费者即便遭到恐吓和骚扰,也存在举证难的问题,如果全部实名,自然知道快递是谁寄来的,电话是谁打来的,追责起来会稍微容易一些。

市场星报

全国数字出版转型示范单位

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷
股份有限公司

安徽财经网

www.ahcaijing.com

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



掌中安徽
APP客户端



掌中安徽
微信



星报官方微博



安徽24小时



星报艺术中心



小记者



医药与健康



财经安徽