



短期看消费券 长期看减税降费

□北青社评

点赞但不支持“穷尽所有”的捐款,不接受也不支持“来者不拒”的受捐,这段时间已经成为社会共识。慈善的本质,绝不是以造就一种艰难去抚慰另外一种艰难,因为竭泽而渔献爱心让自己陷入困境,绝不是人们希望看到的。这就涉及慈善伦理问题,也就是既要尊重爱心,也要让爱心可持续地释放。

——毛建国。江苏省扬州市江都区大桥镇一位靠低保生活的7旬孤寡老人希望为疫情防控出点力,于是从2万多元积蓄中拿出2万元,想通过当地派出所转捐出去。派出所再三劝助,老人执意不从,派出所只好暂时收下了钱,然后与有关部门商量,拿这笔钱为老人办理了一年定期存款,并于近日把存折送给老人。

疫情在可预料和可控制范围内波动,实属正常。在疫情面前,确保信息的公开透明,这是满足公众的知情权,无论是为了交上一张“零新增”成绩单的一己之私,还是为了促进区域复工复产和居民消费的良好初衷,都不能成为瞒报漏报的理由。科学防控的观念既需要公众的理解,也需要各级政府建立共识,决不能讳疾忌医、弄虚作假,搞所谓的疫情防控“一票否决”,这样才能树立实事求是的战疫风气,巩固疫情防控来之不易的成果。

——光明日报:《科学防控,不把“零增长”当包袱》



外卖配送员被收“卫生费”

3月24日,西安市雁塔区,有外卖小哥反映:甘家寨社区居委会日前对外卖骑手进小区取餐、送餐作出“规定”:每月收50元月费,否则不让进。一名外卖小哥表示:由于刚复工,每天好一点才能挣一百多元,担心周边其他小区效仿。对此,涉事居委会表示:收费是为约束骑手横冲直撞,而不是单纯为收钱。

莫给外卖小哥“添堵”

□澎湃新闻

推行“向外卖骑手月收50元进小区费”规定的必然结果,就是要骑手交费,才能顺利进小区;要么骑手不交费,点了外卖的居民只能下楼来,到小区外取餐。明明是给人制造不便,却还要“月收费50元”,实在不合理。

现实中,或许存在个别外卖骑手在小区内横冲直撞的现象。但涉事居委会作为社区管理者,大可进行提醒、告诫,诸如在小区门口设置警示标牌等。此外,各外卖平台本也设有“黑名单制度”,以制约那些违反职业规范操守,存在诸如泄露用户地址电话、恶意损坏外卖、屡次交通违章等不良行为的骑手。总之,居委会有很多约束外卖骑手的办法,但不该推行“交钱才能进小区”的土办法。

在这复工复产的关键时刻,“添堵”的行为显然不合时宜。眼下,人们最为期待的,无疑是生活的“重启”。如何让日子早日回归正常秩序,去除不合理的障碍,才是当务之急。为了外卖小哥的工作方便,也为了社区居民的日常生活,涉事社区居委会或许应该重新思考一下,怎么做才更妥当。

于理于法都不合适

□陈广江

该社区的收费做法,不可谓不精明。据报道,小区内楼宇密集,遍布着大量餐馆、民宿、便利店等商铺以及快递网点,大量外卖配送员频繁进出小区。如果每月每人收取50元,一来增加了一笔可观的“收入”,二来限制了骑车进小区的人数,可以缓解小区安全和卫生管理难题。

当下受疫情影响,餐饮业特别是小微企业正处于困境,各地各方都在尽力促进消费回补和潜力释放,大力支持餐饮企业渡过难关。社区向外卖配送员收费的行为,却属于典型的“帮倒忙”“拖后腿”,缺乏起码的同情心。

收取“过路费”不合情理,更于法无据。作为基层群众性自治组织,社区居委会无权单方面收费。即使是“卫生费”,也需要经过相关部门的审批和公示,由相应的环卫清洁管理等部门收取,不能绕过所有流程私下进行。

而且,这种收费行为除了给社区“创收”,给商家增添麻烦外,并不能从根本上解决小区的安全和卫生问题。每月收取的50元不是押金,没有什么约束力,甚至可能会造成“既然交了钱就不需要顾忌太多”的错误心理暗示。

社区管理是个技术活,关键在于创新治理模式,构建共建共治共享的格局,比如制订“居民公约”,约束部分外卖配送员的不文明行为。一味打“收费”的主意,很容易激化矛盾,影响社区宜居度。另据报道,从去年11月起该社区曾针对快递三轮车进入每次收取2元门禁管理费,同样遭到不少反对。

助推复工复产,破除各种“梗阻”迫在眉睫。



【本期话题】

“黄冈密卷”当礼物

3月21日下午,山东省援助湖北黄冈的576位医疗队员返回家乡。给黄冈交上一份满意“答卷”后,医疗队员杜庆也给8岁的儿子带回了一份土特产——初中全套的“黄冈密卷”。这份出人意料的硬核礼物一下子就让杜庆成了“网络红人”。网友们有的表示“扎心”,有的觉得这老爸太强大,还有的表示“这确实是黄冈特产,没错”。你怎么看?

【议论纷纷】

◎言者无疆:那份被父亲当作礼物送给儿子的“黄冈密卷”,如果说“黄冈”标注的是地理坐标,“密卷”里则写满了一个父亲对儿子的“仪式感”。有父子情深,有家国情怀,对于一个孩子来说,还有什么比这更好的礼物呢?

◎付彪:我们应挖掘“黄冈密卷”背后的教育价值,结合这次抗疫,加强对孩子信念教育、灾难教育、生命教育、科学教育、道德教育,培养他们的大爱情怀、家国担当、英雄精神、高尚品质。

【下期话题】

租金纠纷

近期,受困于客流锐减,销售额下滑,服装、餐饮等行业受损严重,不少商户呼吁业主“减免租金”。事实上,对于商户的处境,多数人能够理解。但当问题转化为“该不该减租”时,租赁双方往往各执一词。商户认为,疫情是飞来横祸,应体现“患难与共”的精神;业主则认为,平时赚了钱也没见分红,为啥亏欠就需要“有难同当”,再说每月的贷款谁来还?对此,你怎么看?

期待“预约制”成为生活新习惯

□天歌

“咱们约个什么时间呢?”疫情期间,原本只在特定场合下出现的“预约”,强势占领了大家生活的方方面面——买口罩要预约、下馆子要预约、理发要预约、扫墓要预约,连赏个樱花也要预约……不过你发现没,自从预约之后,景区不再人挤人,看病也不用等太久,生活也变得有了计划性。

当前,在疫情防控形势下,各行各业在复工复产过程中纷纷推出了“预约制”,从逛公园景点,到去图书馆借书看书,再到医院看病等等,莫不如此。在去这些地方之前,先要进行实名制预约,预约成功以后才能去,否则到了地方,可能会吃闭门羹。

“预约制”开始可能会让人

觉得有点麻烦,比如要下载对方的App,或者是关注对方的微信公号、小程序,还要填写姓名、身份证号、联系方式等等,但是毕竟这些资料只需要填写一次就可以了,下次再使用的时候,不用重复填写。但是“预约制”带来的好处,不但是多方面的,同时也是显而易见的。

到公园景点游玩,因为有了“预约制”,公园和景区方面可以对入园人数进行有效的控制,市民能够有效提升进入公园或景区后的旅游体验。

去医院看病也是如此,有了“预约制”以后,按照自己预约的时间,只要提前半小时到医院候诊就可以了。这样一来,也有利于医院医疗秩序的维护,可以说是实现了医患双赢。

虽然各行各业的“预约制”多多少都是在新冠肺炎疫情防控形势下采取的一种非常措施,但是这种非常时期的非常举措,却有延续下去的必要。因为在“预约制”下,它不但让我们的工作和生活更有秩序,效率更高,同时也极大改善了我们在很多方面的体验,提升了我们的获得感、幸福感。

要想在更多领域更好地推行“预约制”,也不是一蹴而就的事情,不但需要企业商家、政府机关积极主动推动,而且也需要公众尽快适应“预约制”在各行各业的应用。当然,就现阶段来看,也不能一刀切地要求所有人都进行预约,比如一些不会使用智能手机的老年人,还是要照顾他们的现实需求,坚持人性化服务的原则才行。

“主动确认收货”集聚善意的力量

□秋实

从“系统默认收货”,到“主动确认收货”,疫情发生以来,淘宝上很多剁手党的习惯悄悄变了。淘宝24日发布的数据显示:过去一个月,全国有2.66亿消费者在收到货之后,在淘宝上主动点击了“确认收货”。变化的背后,是2.66亿人对1000万中小商家的善意——消费者收货之后,主动选择“确认收货”,商家就会立刻收到货款。

(据《北京青年报》)

确认收货的方式与时间发生一些改变,这在生活当中属于很微小的变化,并且操作起来也十分简便。然而,这样的微小变化对于中小商家而言,却能产生至关重要的影响。平时,商家在网上销售商品,按照网购规则,系统默认收货后,平台才能付款,回款需要花费较长时间,现在消费者主动确认收货,就能迅速回款。

疫情期间,不少企业面临资金周转困难,中小企业更是如此,为此,国家推出了不少扶持措施,比如简化贷款程序、减免或缓收部分费用等。政策可以拉一把,消费者同样可以,要知道,回款慢导致资金周转慢,中小企业往往拖不起,假如按照过去的回款方式来操作,势必会有更多中小企业陷入困境。消费者主动配合,就能汇涓成流。事实也的确如此,在短短的一个月之内,全国有2.66亿消费者主动点击了“确认收货”,说明消费者普遍愿意通过一己之力,帮助企业渡过难关。

可别小看了这一举手之劳所产生的作用。由2.66亿人一起完成的接力,让淘宝上的中小商家们拿到了数千亿元的货款,随着消费回暖,他们的生意也在逐步回归。也就是说,由于参与的人数众多,一个微小的善举产生了众志成城的力

量,假如有人想寻找众志成城的现实案例,这一次行动就很有代表性。

其实,消费者主动确认收货不是没有顾虑。商品质量问题很难杜绝,不守信用的企业也总会存在,消费者选择主动确认收货,一旦发现质量问题,货款已经付出,维权就会变得困难。网售平台和网商银行为消费者提供信用担保,是确保这一善行能够得以实施的关键,而网购平台和网商银行也必然会得到商家的回馈,这样一来,善意就在消费者、商家、平台、银行等多方之间流传并放大,最终不仅善意爆棚,而且各方共赢。

互联网具有放大功能,善意也可以放大,互联网创新层出不穷,通过互联网来帮助他人,这类创新更有价值。由此看来,此举能够帮助多少企业渡过难关,这倒在其次,更可贵的是,这种倍数级扩大善意的互联网创意,更值得推广借鉴。