



声音

平台虽然没有删除相关的用户评价,但通过中差评沉底、折叠、不公开显示、信息夹杂等干预方式,用户通过信用评价机制来全面了解商家信息的知情权与选择权在事实上仍然被剥夺了。潜在用户被欺骗、被误导也就在所难免。电商信用评价机制,要能够发挥作用,就必须确保充分有效地传达用户评价。

——法治日报:《电商评价机制岂能隐匿差评》

细数这些国货产品的优势,除了设计前卫、性价比高外,还有很重要的一点就是文化自豪感的寄托。对于很多年轻人来说,我们希望国货不只是在国内得到认可,更希望它能代表中国的精神力量。这也对国货提出了更高的要求:优质的产品才能在这场国潮竞争中脱颖而出。这也对品牌方提出了更高的要求:只有务实地了解消费者的真正需求,把产品做好,而不是一味制造噱头和贩卖情怀,才能让自己走得更远。

——中国青年报:《年轻人为何爱上国货》



【本期话题】

“全职太太”捐款被拒

“她领着她的娃娃和老公,抱了一大堆钱(要捐款),我说‘你出去’。”“你家庭那么困难,我们把你供到现在,你反而当起了全职太太。”这两天,中国第一所免费女子高中华坪女高校长张桂梅批评全职太太的一段采访视频,上了热搜。张桂梅痛斥成为“全职太太”的学生,对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎汪昌莲:不管是张桂梅反对当全职太太,还是张桂梅呼吁给全职太太发工资,均触及了一个现实问题:我国婚姻法中规定的家务劳动补偿制度,还存在适用范围过窄等不足,在实践中可操作性不强,应抓紧予以补充完善,保障这一制度有效实施。

◎樊树林:张桂梅说出“我最反对当全职太太”的言论是站在一个校长的立场和角度,因为作为一个女校的校长,她本身就一直强调每一个学生都做独立的女性,不能一直围着锅碗转,不能像许多地区传统女性一样“老公孩子热炕头”,而不能走出去丈量外面世界的美好,从而让实现人生价值成为空谈。

本期话题下期继续

体彩情报站**大乐透2.69亿大奖得主现身 捐助公益120万元**

在10月21日晚开奖的体彩大乐透第20104期中,浙江省舟山市一位购彩者通过一张单式追加倍投票,收获27注追加投注一等奖,揽得奖金总额2.69亿元,打破浙江体彩大奖纪录,稳摘浙江体彩史上最高奖的桂冠,并且跻身全国前三,同时填补了浙江体彩大乐透亿元大奖的空白。

10月23日,这位幸运的舟山购彩者王先生(化名)来到浙江省体彩中心领取属于自己的2.69亿元奖金。浙江省体育局副局长李华为王先生颁发奖牌,并与浙江体彩中心主任沈斌一

起向他介绍了中国体育彩票的公益性——教育助学、文化事业、扶贫、红十字事业、法律援助、全民健身等都有体彩公益金的帮助,王先生也表示对体彩有了更深刻的认识。

王先生主动提出捐款120万元给浙江省体育基金会,为公益事业和体育事业做点贡献。“通过这次领奖,我进一步了解了体彩的公益性,我们每位购彩者都为体彩公益金贡献了自己的一点力量。中了这次大奖,我想把这份幸运分享给更多人,也希望回馈社会,继续支持公益事业、体育事业。”

申请体彩站点详见南通体彩网(www.nttc.net.cn)“建站信息公开”专栏

摆脱“电话营销”是一种升维发展

□子衿

10月27日,北京链家放出了“电话营销,扰一赔百”的大招——按照其服务承诺,自2020年11月12日起,北京链家在职经纪人未经客户同意,禁止对客户进行电话营销,否则每个来电号码赔偿100元。

(据《新京报》)

在当下,无论是从行业发展趋势角度还是从民众权益保障层面看,行业领先的平台主动遏制电话骚扰,都有其标杆性意义。这理应成为销售行业向电话骚扰说不的序曲。就拿教育培训和房产中介来说,长期以来,这两个行业都是靠“广撒网”策略

与“地毯式搜索”办法发掘客源。派传单、搞地推、电话销售等成为主要方式。与之对应的,是电话营销效用的降低。

眼下“升维思考,降维打击”的商业理论很火。“升维思考”的意思,就是要站在更高的维度上考虑问题。而摆脱“电话营销依赖”,正是一种“升维发展”。

北京链家放弃电话营销的底气,就在于解锁了多样化的获客渠道:无论是PC、手机端端口的流量加持,IM沟通工具的引流作用,还是经纪人的线上带看房评展位、VR讲房人展位等,都能增强平台的线上获客能力。在此之外,链家还

持续提升服务品质,凭着免费打印复印、代收快递、社区连接等公益服务与线下社区保持强黏性,都积累了很多潜在客群。

说到底,如今,包括房产中介在内的许多行业,已从传统意义上的“中间商”变成“服务方”,“服务”正取代“销售”成为其新业务标签。以更多的服务意识去攒口碑、引客流,比电话骚扰更合乎长远发展思路。

而今,在反电话骚扰上,已有房产服务平台率先迈步,希望此举的标杆效应能辐射同业,并推动更多行业的规范化发展。“免电话营销”未必会拽着这些行业后退,反而会成为行业进化升级的机遇。

“自愿放弃社保”不能成为侵权挡箭牌

□北青社评

近来一些地方有少数企业让员工签订放弃社保的声明,“签个字,自愿放弃社保吧,给你加点工资,咱们双方都有好处”。一些员工也乐于接受,他们认为如果不上社保的话,省下来的社保费,老板能给折合进工资里,实际到手的钱多了,肯定比把钱交给社保划算。

(据《北京日报》)

少数企业让员工“自愿”放弃社保,显然是为了降低用工成本而动的歪念。这种以员工“自愿放弃”为挡箭牌而少缴或不缴社保的做法,是对员工劳动权益的变相侵犯。即使员工自愿起

草或签订了放弃社保的声明或协议,也因这种行为本身的违法性,不能免除企业为员工足额缴纳社保费用的法定义务。更何况,不少员工“自愿放弃社保”,并不是其真实的意愿表达,而是因为企业的刻意诱导。

根据目前的规定,社保费用的足额缴纳要累计达到一定年限后,才能享受未来的社保待遇,员工不按时足额累计缴纳社保费用,未来可能面临无法享受社保待遇的困境。为图一时工资增加的蝇头小利而放弃社保,相比于未来能够享受到的社保待遇,根本就是得不偿失,那些“自愿放弃社保”的

员工,对此应保持基本的理性判断。

劳动监察执法部门要常态化地祭出依法惩戒的利剑,倒逼企业摒弃以牺牲员工参保权益为代价降低用工成本的选择。有关部门工作人员如果在监管企业缴纳社保工作中履职失当或玩忽职守,对企业诱导员工“自愿放弃社保”问题治理不力,也须承担相应的法律责任。

归根到底,员工自己在缴纳社保问题上更要多一份算“大账”的理性,在眼前利益和享受未来社保待遇之间作出正确选择,不能因为贪图一时的小利而放弃参加社保的权利。

鼓励临期食品捐赠是“双赢”之举

□木须虫

10月28日,《广州市反餐饮浪费条例》在市第十五届人大常委会第四十二次会议上获表决通过,待省人大常委会批准后即行公布实施。据了解,这是广东省范围内首部针对反餐饮浪费立法。值得关注的是,《条例》规定餐饮服务经营者可以在保证食品质量和食品安全的前提下,通过低价销售或者捐赠等方式处理临近保质期的食品。

(10月29日《南方都市报》)

将临期食品纳入反餐饮浪费立法中,广州或许是首创,彰显了广州立法对涉及餐饮浪费细节考虑的周详。

食品过期的浪费很大程度是营销与消费的错位导致。临期食品没有安全卫生品质问

题,是可以食用的,只要找到食用人就能避免浪费的发生。

处理临期食品,鼓励将其捐赠给慈善机构,是发达国家的经验,也是他们的惯常做法,如此是“双赢”之举,一方面维护食品安全,减少了食物的浪费,另一方面践行了公益,帮助解决一些贫困家庭食物消费的困难,一定程度为社会底层托底。

在这方面,国内也有一些自发性的尝试,如上海、北京等地一些民间公益组织,就曾推出过“分享冰箱”之类的公益项目,鼓励企业和居民将多余的食物捐赠给冰箱,提供给社区外来务工人员、失独老人、残疾人家庭、贫困儿童等特定群体。

此次,广州将临期食品纳入反餐饮浪费的法规中规制,

鼓励通过捐赠以减少浪费,一定形式也是为食物捐赠这类公益的发展给予支持。当然,临期食品的捐赠涉及食品安全问题,不好保存以及来源不稳定,都是公益开展的难点。

因此,通过立法在强调临期食品不浪费的前提下,尊重商家的意愿,倡导和鼓励捐赠,也期待公共管理层面的引导与服务,让商家的善意有转化成善行的途径。比如,引导公益组织与商家的对接,搭建起畅通、便利的渠道,或者通过基层社区确定一批捐助对象或机构,如福利院、失独老人、困难家庭等,给予对接服务,及时将临期食品送到有需要的人手中。总之,不让临期食品捐赠成为商家一个人的战斗,反浪费与行公益才会真正相得益彰,实现双赢。

福彩直通车

1.5亿超给力派奖重磅来袭

为回馈广大彩民对福利彩票一直以来的关心与支持,中国福利彩票发行管理中心决定于2020年8月20日至10月31日期间,针对全国联销的“超给力”系列即开型彩票游戏开展派奖及营销活动。

派奖活动时间自2020年9月10日0时起,10月30日17时止。活动期间,对兑取“超给力”游戏1万元及以上奖等的购彩者进行派奖,每个奖等的派奖金额等于相应奖级的设奖金额,具体为:兑取100万元的中奖者,派送100万元固定奖金;兑取80万元的中奖者,派送80万元固定奖金;兑取30万元的中奖者,派送30万元固定奖金;兑取10万元的中奖者,派送10万元固定奖金;兑取1万元的中奖者,派送1万元固定奖金。

此外,9月7日至8日每天9时至22时试刮有惊喜,用户只要关注“福彩刮刮乐”微信公众账号,并完成手机号绑定,即可免费参与“超给力”游戏试刮活动,有机会获得随机现金红包奖励,现金红包发完即止。

心动了吗?那就让我们一起走进福彩站点,感受爱心与幸运的传递,享受这场“超给力”的秋日狂欢盛宴!

福彩双色球 2元可中1000万



观点

1+1

预付费引入“反悔权”

近日,广东深圳市消委会举办“好人举手 共建消费中国式信任”系列活动,发布健身行业“好人举手”企业名单,鼓励健身行业诚信企业品质承诺。10家大型健身企业“好人举手”,承诺内容包含“付款后的七天内未消费无理由退费”“消费者可自主选择私教服务”,为深圳健身行业消费提供品质指引。

(10月27日《工人日报》)

为消费者权益扩容

□新京社论

从“好人举手”品质承诺活动来看,这是一个健身企业主动参与且具有一定门槛的消费者权益保护活动。

深圳的做法,有两重重要意义,或对相关行业带来不小启发。一是,其将线上购物的“七天无理由退货”进阶为线下的“七天无理由退款”,从线上到线下,为消费者权益提供了更多的兑现空间;二是,相对于线上实体的“商品”“货物”退款,其针对的是“服务”的退款,这在服务业越来越发达的当下,带来一种颠覆性的启发,不仅有利于维护消费者权益,对促进服务业的发展,也有相当积极的意义。尤其是对一些大城市而言,服务业成为经济发展的绝对支柱,而它的另一端,连着的就是消费者对各种现代服务的追求。

鉴于其多重效应,在深圳之外,在健身行业之外,其他城市、其他行业也不妨进行借鉴,更好地为消费者权益保驾护航,也为服务业的发展注入新的驱动力。

开放自信才能简化合作

□杨朝清

消费者对商品和服务有一个认识的过程,在某一个时间段某一个情景下觉得自己需要的东西,过两天或许觉得并没有那么需要。可是,预付费消费犹如一个“紧箍咒”,不把预存的金额消费完,消费者就没有办法重新选择,除非自己愿意让渡和放弃应该享受的商品和服务——商家和消费者地位并不平等,一旦消费者被预付费消费的鱼钩勾住了,就成为案板上的鱼肉了。

赋予消费者“后悔权”,见证了一些商家的开放与自信;那些真正有实力有信誉的商家,既不怕竞争,也不怕消费者进入别人的怀抱。那种用预付费消费“一锤定音”来捆绑和束缚消费者的做法,不仅没有切实履行合同法、消费者权益保护法等制度规范,也不利于商家自身的改革创新。

商家要想让消费者成为铁粉和忠实客户,关键在于用优质的商品和服务去赢得消费者的信任和认同;那种指望用“决定了就不能反悔”的伎俩来留住消费者的做,或许会适得其反。赋予消费者“后悔权”,不仅是消费者权利的伸展,也会倒逼商家成为更好的自己。