



当前,北京已经开始推进“双减”行动,其他地区也陆续推出了相关举措,希望能够持续进行下去。只有把学生从刷题苦海里解放出来,把家长从送孩子校外培训的焦虑中解放出来,遵循教育规律,帮助孩子培养兴趣、发挥特长,我们才能培养出德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

——人民日报海外版:《卸下包袱,让学生健康快乐成长》

科学技术是第一生产力,而人,是生产力当中最活跃的因素。保障科学家,就是保护科研生产力;激励科技队伍,就是激发创新活力。科研经费管理改革也许无法毕其功于一役,会是进行时,还需各方共同努力,在改革落实上久久为功,把人才资源变成创新动力、让创新动力驱动科技强国。

——光明日报:《保障科学家就是保护科研生产力》

有网店还将“三伏贴”宣扬成为“万能贴”,似乎只要一贴下去,百病皆无。网购“三伏贴”不仅绕过了诊疗过程,而且产品真假难辨,在“祖传配方”“医院同款”等外表之下,很可能隐藏着不少假货。随意乱贴“三伏贴”,既存在医疗风险,又扰乱了医疗市场,应强化对这种现象的治理。

——北京青年报:《把脉“三伏贴”乱象 警惕诊疗问题生活化》



【本期话题】

外卖打包费

由于工作早出晚归,家住北京市海淀区的小赵晚餐经常点外卖。近日,小赵在某外卖平台上点一份烧烤外卖时,发现打包费竟然按串收。记者采访发现,小赵的遭遇并非个例,打包费已经成为一些外卖平台商家赚钱的套路。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

①稻草人 不难看出,外卖并不属于经济性消费,通常情况下单份食物不过二三十元,包装与配送费就得四五元甚至更高,让人有“豆腐盘成肉价”的痛感。

②波比一跳 很明显,打包费的槽点并不在强制消费,而在于非食物付费过高,在消费费用中占比过大,导致消费性价比体验感大幅度缩水。同时,外卖由于平台提成的存在,打包收费就存在转嫁负担的可能,商家因此难逃瓜田李下的嫌疑,这恐怕也是许多消费者感到不爽、质疑打包费合理合法性的原因。

③房清江 面对外卖,监管层面应有更多的考量,不宜任由市场泛滥,更宜加以必要的限制,如限制包装滥用、限制平台抽成失度等;消费者层面则不能只看到外卖的便利,更需要多考虑一下消费选择是否必要,尽可能少点几次外卖,于己节约,于社会环保。

本期话题下期继续

“丁义珍式窗口”不应该被视而不见

□斯涵涵

近日,一段市民在广东省湛江市遂溪县中医院窗口前蹲着办理手续、缴费的视频在网络上引起热议。有网友认为,这样的窗口方便了工作人员坐着办公,却忽视了民众的需求,不禁让人联想起电视剧《人民的名义》中所呈现的“丁义珍式窗口”。

(8月25日澎湃新闻)

8月25日上午,遂溪县中医院便急忙回应,称已在各窗口前放置了板凳,方便民众坐着办理相关手续。并解释说,“当初设立窗口的时候都是配板凳的,后来可能时间久了被患者挪走了。”

初听貌似合理,但细想又不尽然。一般来说,患者挪走板凳就座是陆陆续续的短暂停行为,不可能在短时间内“一致消失”,除非统一撤掉或根

本就没有。再则,板凳被挪到哪儿去了?如果还在大厅内,工作人员完全可以将其复位,或者采取加固措施,避免其“走失”,而不必让市民无凳可坐蹲着办理。此外,如果患者挪走板凳属实,说明大厅里缺少方便患者候诊的板凳,那么长的时间,来来往往的工作人员居然没有一人发现不妥并予以补救?总而言之,低矮柜台前“消失”的板凳,映照出该医院管理水平、服务意识的缺失。

网络曝光前市民蹲着办手续,改进后市民坐着办理,前后两张照片给人留下的观感大不相同:坐着不仅让办事人感觉舒适,与工作人员处于平视的高度,也让当事人感受到平等与尊重,而这是公共服务部门基本的服务姿态。

“丁义珍式窗口”凸显服务痼疾。是否让群众坐着办事,看

起来是一件小事,其实是服务态度的显像液。群众利益无小事,服务意识体现在一个个细节之上。如果连座位这点小事都办不好,为民服务又从何谈起?从“抬老人上三楼办手续”到“丁义珍式窗口”,说明在某些公共服务部门,高高在上、忽视民众需求等作风积习依然顽固存在。

“丁义珍式窗口”不应被视而不见。目前,方便患者缴费的板凳已经重新“上岗”,院方这种知错就改、不断改进工作作风、提高服务水平的行为值得肯定。希望院方举一反三,秉持便民利民理念,强化服务意识,提升服务水平,营造良好的就医环境,减少、消除类似引发群众不满、影响队伍形象的细枝末节。而其他地方、部门也不妨对镜自照,查遗补漏,杜绝“丁义珍式窗口”再度出现。

小区建电动车充电棚“不花钱”值得借鉴

□钱夙伟

《高层民用建筑消防安全管理规定》已正式实施,明确禁止“电动自行车上楼”。在小区建电动自行车充电桩或充电车棚成为当务之急,但部分小区要求电动自行车充电桩企业支付高额场地费、高额电源费,有些物业公司则以“没钱建”为由迟迟不投建,让居民陷入“推车上楼违法”和“下楼无处充电”的窘境。西安市西咸新区沣东新城的昆明时光小区业委会引进第三方投建电动自行车充电车棚的做法,为推进这一问题解决找到了新路。

(8月26日《西安日报》)

如今,电动自行车以其便捷、环保、经济等优势,已经成为

为居民的主要交通工具之一,目前我国电动自行车社会保有量接近3亿辆。而电动自行车充电的现状,则“危机四伏”,从楼上搭“飞线”到楼下,或将电动自行车推到楼内充电在部分小区屡禁不止,不仅有碍观瞻,更存在安全隐患。

今年8月1日起,《高层民用建筑消防安全管理规定》正式实施,明确了对“电动自行车上楼”行为的惩处。《规定》明确提出,禁止在高层民用建筑公共门厅、疏散走道、楼梯间、安全出口停放电动自行车或者为电动自行车充电。但“电动自行车上楼”需要“堵”,“下楼无处充电”却亟须“疏”,小区建充电车棚势在必行。

但现在小区建电动自行车

充电棚普遍遭遇“资源”的瓶颈。西安的这个小区引进第三方资源,不失为一个务实的办法:业委会和物业公司一起联系智能充电桩企业,给予免费提供场地、平价供应电源电的条件,吸引企业在小区投资建充电车棚。企业主要靠收取充电费回收成本并盈利,但充电计费标准低于市场均价。

这样,小区“不花钱”建成电动自行车充电棚,让业主有了停车、充电的地方,解决了电动自行车的上楼问题,消除了安全隐患,也为小区节省了一笔开支,业主从中得到了实惠。

显然,这一模式是多赢之举,有利于解决目前普遍存在的电动自行车“充电难”,值得借鉴。



让公益诉讼释放保护个人信息“鲶鱼效应”

□张智全

日前,最高人民检察院下发《关于贯彻执行个人信息保护法推进个人信息保护公益诉讼检察工作的通知》(下称《通知》),规范相关公益诉讼案件办理,切实履行好公益诉讼检察的法定职责。《通知》强调,要构建完善个人信息保护办案流程机制,采取上级检察院交办、提办、督办、领办等方式,以检察一体化应对个人信息公益损害网络化。

(8月26日《人民日报》)

在互联网时代,个人信息的经济价值和公共价值日益凸显,一旦被泄露或滥用,往往意味着在网络空间“门户大开”。近年来,利用数字技术随意收集、违法获取、过度使用、非法买卖个人信息,甚至利用个人信息侵害公众生活安宁、生命健康和财产安全等

问题日益突出,个人信息保护面临严峻挑战。

就现实而言,受害者个人选择诉讼维权,还始终面临取证难、成本高等不利因素的掣肘。也正因如此,不少人才对此保持沉默。同时,受害者个体维权成功的案例一般只有个案效应,难以在更大范围内产生警示标杆效应。在这种情况下,由检察机关提起个人信息保护公益诉讼,显然更有助于释放依法保护个人信息的“鲶鱼效应”。

公益诉讼是为保护公共利益而设置的一种诉讼制度。尽管个人信息保护表面上是个体隐私权的维护问题,但个人信息安全关乎整个社会信息环境的安全和数字经济的健康发展,已经不仅仅是个人隐私权依法保护的问题。

与受害者个人提起诉讼维

权相比,检察机关依职权提起个人信息保护公益诉讼,不仅可以通过一体化的专业优势,切实解决受害者个人诉讼维权面临的取证难、成本高等难题,还可以通过对相关违法行为的大范围打击,大幅提高侵害个人信息的违法成本,从而以示范意义强、警示威慑作用大的法治正能量,釜底抽薪地遏制侵害个人信息的不法行为,确保标本兼治最大公约数的实现。

当然,由检察机关提起个人信息保护公益诉讼,目前还处于探索阶段,其前行的道路并不平坦。这就要求检察机关要有“望尽天涯”的执着,以积极作为助力个人信息保护公益诉讼的“破茧成蝶”。此番最高检出台推进个人信息保护公益诉讼的相关工作部署,用意正在于此。只要这种公益诉讼助力保护个人信息的“鲶鱼效应”能够常态化地充分释放,一个个人信息安全无虞的愿景必能照进现实。



快递服务痛点

记者近期采访了北京、上海、黑龙江佳木斯、河北沧州等多地发现,一些缺乏职业素养的快递员以“打电话无人接听”“敲门无人应答”为由,未经收件人允许就将快递存放在门口、快递驿站、快递超市或其他存放点,有的甚至直接点了“签收”。

(8月26日《法治日报》)

打通“最后一公里”

□戴先任

笔者以为,要打通快递“最后一公里”,需在以下方面发力:提升快递服务质量,畅通消费者的投诉渠道,完善快递差评制度,企业同时加强快递员的培训与管理;行业协会、监管部门还要加强监管,倒逼快递企业规范运行,保障快递员合法权益。另外,还需要快递行业能够摆脱贫“低价战”的泥潭,走入良性竞争的正轨。有专家还建议,如果电商平台能够明确不同快递服务的价格,应该有助于解决末端投递问题。比如投递上门是一个价格,投递到快递超市是一个价格,投递到快递柜是一个价格,通过“差异化收费”,对消费者和快递公司来说,也会更为公平。而对于没有依法依规投递快件,尤其是由此造成快件毁损、灭失、短少的情况,要追究责任人与责任企业的相应责任。总之,要形成各方合力才能打通快递服务“最后一公里”的梗阻。

随着电商的迅猛发展,快递行业近年来也飞速发展。行业发展要的是高质量发展,而不能野蛮发展。只有快递行业规范运行,形成良性竞争,解决服务痛点、堵点,切实提升快递服务质量,才能更好地服务社会。行业健康发展,才符合行业长远利益,也才能保护好广大消费者的合法权益。

规范好服务“短腿”

□左崇年

本来送货上门,是快递业务的一项基本内容,也是其职责所在、不可替代。《智能快件箱寄递服务管理办法》中明确,如果快递员想放在代收点或快递柜,首先要征得收件人的同意,如果收件人不同意,则必须送货上门。

近年来,人们在快递收取中也多次遇到类似快递员不愿送快件上门而是送到快递柜让人难找的尴尬。快递员为了图方便,经常把快递放进快递柜,或者放到消火栓、水箱、电箱上,短信通知就万事大吉。可这么做,却苦了收件人。

“服务迅速、服务准确、服务安全、服务方便”,这是对快递企业的基本要求,快递企业应本着“用户至上”的服务理念,在服务场所设置、营业和上门服务时间安排等方面,以及在收寄、投递、查询、投诉处理等环节,尽量悉心考虑和满足用户的合理需求,尽可能使用户能够比较便利地享受到个性化、精细化的快递服务。在尊重用户权益的基础上设身处地为用户多想想,用周到的服务和温馨关怀感动用户、赢得用户。快递员在派送快件时没有征得收件人的允许,擅自将快件投送到快递柜中是不能被允许的,服务不能“短腿”。同时使用快递柜应该采取“就近原则”,不能只图自己方便,而随便乱放到快递柜。有关部门应加强对快递服务的管理监督,不能让快递员没有规矩、天马行空,用独往独来的“服务短腿”,损害消费者利益。