

K 鏗鋒鏌鑿鑿
KENCQIANGZATAN

新消费时代需要怎样的“3·15”

□王 聃

昨天是3月15日，国际消费者权益日，今年的主题是“新消费我做主”。若以时间论，新修订的《消费者权益保护法》至今已施行了两年。（新华网）

然而，我们仍不得不以复杂的心态面对这个日期。一方面，“3·15”的维权高效是可以想象的，在这一天，不仅有央视“3·15”晚会的专项打假行动，会有职能部门集中的投诉处理和消费提醒，甚至连企业与商家也极力传递出“消费者至上”的经营理念；而另一方面，我们所面对的，可能仍是一个不那么让人放心的消费环境。譬如，今年央视“3·15”晚会启动后，与网络购物相

S 生活观察
HENGCHUOCUANCHA

罚款之外 更需配套到位

□赵欧仁

针对公共场所乱扔垃圾、随地便溺等不文明行为，我们在反思和声讨时往往只处在道德层面，而没有相应法律法规来进行约束。而在杭州，这样的情况已成为历史，《杭州市文明行为促进条例》从今年3月1日起施行，在公共场所随地乱扔果皮、纸屑等行为，都将受到处罚。如当街小便要罚款50元。（新华网）

随地便溺是不文明行为，要杜绝这种污染环境的行为，对民众施以正确引导，用严罚手段也不为过。不过，我们也需要知道，之所以有这种行为出现，除了个别人文明程度较低或者缺乏卫生意识之外，不可忽略的是，相应的公厕配套设施缺乏。有很多不愉快事件因此而起，比如春节期间，黑龙江孙先生带家人去三亚亚龙湾沙滩浴场游玩，想如厕时，在附近找了一圈后发现，只有浴场西侧有一处洗手间，但看守这里的工作人员说，想要在这上厕所，得交10元钱使用费，最终这一事件炒得沸沸扬扬。这一事件从另一个角度说明，我们的城市管理者对公厕的重视程度之低，连在景区如厕都如此艰难。

为了解决这一问题，首先应该拉网点进行调查，筹划布局；其次，要挖掘现有潜力，开放机关单位、服务业的卫生间设施；而且，强化服务意识也可以起到事半功倍之效，比如福州111路公交车就设有“沿途公厕位置图”，线路示意图周边的公厕位置一览无遗。这只是驾驶员的个人行为，如果有关部门能够统一规划，相信大家“如厕难”的窘迫感受亦能得到缓解。

当然，我们能做的还有很多，比如有的公厕按点上下班，一到晚间大门紧锁，这样的服务态度难以让人满意。而有的地区则过分“重视”公厕设施，计划搞五星级公厕，既能免费无线上网，还有诸如电视、冰箱、微波炉、饮水机、急救箱等，其实也大可不必，有这些经费，倒不如多建几所公厕，简陋些没关系，关键是要有良好卫生条件，豪华公厕不是不能建，只是在现在的情况下，还为时尚早。

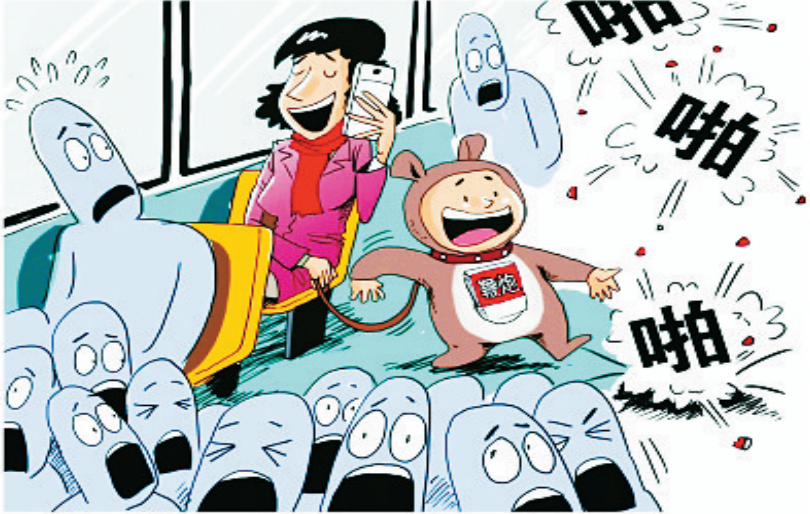
（请本版作者速与本报联系，以奉稿酬）

关的投诉已占到全部投诉量的四分之一，成为数量最大的热点投诉。

“3·15”本身，并不能带来消费环境的改变，它只具有短期的消费者权益救济力。新《消费者权益保护法》的施行，赋予消费者更多的维权底气，但依旧不够。因为，即便消费者拥有现行的制度与法律支持，对一些领域的维权仍无法开展。就如数量巨大的网络购物投诉，往往是费时费力。缘何如此？自然是常态高效的消费者维权机制仍未形成。

毫无疑问，我们已生活在一个新消费时代。各种新型的消费方式、消费渠道、消费领域纷至沓来，公民的消费观亦在改变。我们希望拥有一个法定且强大的权益保障机制，但事实却往往不能尽如人意，比如市场

H 画里有话
UALIYOUHUA



3月12日,在青岛一辆公交车上,一名3岁左右的男孩将鞭炮放在口袋中带上车,并在车内燃放,导致公交车被迫停车。整个过程中,孩子的母亲竟然只忙着打电话,不管孩子。在公交车司机的制止下,这名母亲不久后带着孩子下了车。车辆监控显示,这是一种手掷类的砂炮,投到地上会闪过微光,噼啪作响。熊孩子又惹祸,乘客吓了一跳,孩子母亲却若无其事。如果砂炮伤了孩子,这位母亲还会这么淡定吗?

张建功 作

R 热点关注
REDIANGUANZHU

不能放任盗印教材的侵权行为

□然 玉

近日，全国“扫黄打非”办公室联合五部门下发《关于开展部分重点城市高校及其周边复印店专项治理行动的通知》，要求全国40个重点城市严厉打击高校及其周边复印店的盗版复印活动，遏制住日益蔓延的校园盗版势头。（《北京青年报》）

教材盗版复印，实则一直存在。只不过，随着此类现象愈演愈烈，随着相关出版社持续维权，才引发了广泛关注。从执法实践来看，打击教材盗印，显然还存在着种种难题。比如说定性难，如何区分是“合理使用”或是“盗版侵权”，就深深困扰着相关部门。而尤其纠结的一点在于，作为复印教材的使用者，学生个体很少能被认定为是“侵权者”；然而从客观上看，当众多学生不约而同使用复印教材，又的确构成了对著作权人的利益侵害。对此，又该如何理解？

现实中，“买一本复印教材比新书省一半的钱”，更是使得复印教材的生意供需两旺。令人遗憾的现状是，不少学生并不觉得

竞争仍不充分，比如日常的市场监管仍显乏力。

新消费时代，我们究竟需要一个什么样的“3·15”？“3·15”不应该只是一个日子，更应该是每天都可以践行的消费者权益保护力度。在强大的商家面前，消费者总是显得弱小而无力，要逆转这种不正常的市场关系，就要将消费者的维权成本转换为商家的侵权代价，转化为监管者的失职责任，并形成清晰与刚性的制度安排。而比这更关键的，是整体提升对消费者权益的重视程度，让新《消费者权益保护法》刚性落地，让消费者权益保护没有死角。什么时候，我们才能不需要把“3·15”作为维权的时机？要缩短距离，不妨从“3·15”出发，让消费者权益保护成为常态。

Y 一家之言
IJIAZHIYAN

莫让网络删帖 掩盖了事实真相

□苑广阔

近日，不少细心的网友可能会发现，在使用QQ等聊天工具时偶尔会弹出这样一些信息：“负面消息删除”“专业删帖”“负面压制”等号称网络公关的服务。（《成都商报》）

网络删帖生意主要有两类人在操作，一类是网络上的“黑客”，他们把自己非凡的电脑和网络技术手段用在了这种歪门邪道上，从事见利忘义的生意；另一类人是一些网站、论坛的后台编辑和工作人员，因为他们有属于自己的操作权限，所以即便没有“黑客”的水平，也可以随意删帖。这其中还可能会牵扯到“网络删客”，他们去寻找愿意有偿删帖的人，然后由网站、论坛的后台人员删除操作，最后双方按比例分成。

在打击网络删帖方面，应该向去年政府依法打击网络造谣、传谣学习，抓几个典型、破几个大案、重判几个作恶多端的传谣者，以求达到以儆效尤、警示所有人的目的。从社会危害的角度来说，网络有偿删帖比网络造谣、传谣有过之而无不及，当一些人动动手里的鼠标和键盘就能赚个盆满钵满，他们的行为背后却是对事实真相的掩盖，是对问题解决可能性的一种抹杀。如果任由网络有偿删帖继续泛滥，最终损害的不仅仅是公众的利益，还有社会整个的公平与正义以及公众对于这个社会的信心。



西安市民申云英已100岁。从80岁起，她迷上了画画，自学了20年。看不清，就拿放大镜，用重孙子辈孩子们不用的彩笔画。梅兰竹菊，花鸟虫鱼，活灵活现。（《华商报》）

点评：现实版“活到老，学到老”。



近日，江苏泰州一名男子拖来了20多万元的硬币当订金，购得两辆豪车。买主称，这些硬币是他早些年做小生意时积攒的，跑多家银行都不肯兑换，于是拿来买车。30多名员工数了6个多小时，手都抽筋了，后来决定不数了，用秤称！（中新网）

点评：这样的事情为什么一再发生？