

网约车细则要留出“窗口”

□叶健

10月8日,京、沪等多个一线城市发布网约车细则,面向社会征求意见。在这个事关广大群众切身利益的问题上,主管部门广泛听取各方不同意见,力求使最终落地的细则能达到各方最大公约数,这一态度值得肯定。(人民网)

本轮网约车新政策是开门立法的体现,出台的细则本身就是多方博弈的结果。网约车的有序管理,不仅涉及乘客的便捷出行、传统巡游出租车和网约车司机的收入、网约车平台的利益,更涉及特大城市的规范安全运行、城市道路的承载能力、公交优先的政策导向等因素。所以,对于网约车做出因地制宜

制宜的规范,是保障网约车有序融入现代城市交通体系的必要之举。

舆论普遍认为,从内容来看,各地对网约车的约束较严。京沪两地对于车籍和司机的户籍都有限定,私家车从事合乘也被限制在一天两次。当然,对这些规定,在征求意见期间,网约车各利益相关方仍可充分表达意见。

与此同时,即使网约车细则最终落地,也应留出修改的“窗口”。

以往,一些部门和地方出台的各种新政策往往冠以“暂行办法”。但是,政策出台以后却鲜见根据实际效果和客观情况及时做出修订,出现了“暂行办法”一“暂”到底的现象。

在大数据时代,政策的实施效果很容易

被量化评估。网约车作为“互联网+交通”的典型,众多运营数据都在后台可见。在地方细则中,网约车平台的数据接入管理平台,数据来源广,反馈速度快。主管部门易于通过大数据分析及时评估政策实施效果。

可见,根据施政效果来灵活调整网约车管理政策,是大数据时代政府应有的态度。保持政策与时俱进,是政策生命力的来源,更是实事求是的为政姿态。如今各地网约车细则陆续出台,但是细则的修改条件尚不明晰。开门立法之后似应充分集纳社会意见,适时进行必要调整。

因此,给网约车细则留出修改的“窗口”是必要的,而且这个“窗口”应该使网约车各利益相关方都能够感受到清风的吹动。



10月9日,农历九月初九,是中国传统节日重阳节。河北石家庄中老年公益相亲会人潮涌动,近200名单身中老年男女来到现场,寻找属于自己的幸福。(中新网)

点评:家家都有老人,人人都会老,赞一个!

胡辣汤

麻辣鲜香 开胃提神

一杯白开水10元 明码标价就合理?

□李小将

10月1日,陈先生和朋友一行8人来到江苏南通如皋一家名为“食在皋”的餐厅。就餐后结账,4杯白开水收了40元。10月7日,当地物价部门人士称,餐饮收费由市场自行调节,但须明码标价或提前告知消费者,否则即涉嫌价格欺诈。当地消协已关注此事。(《现代快报》)

按照当地物价部门的说法,只要明码标价就是合理合法的,言外之意一杯白开水定价10元合理合法,错就错在餐厅当时没有明码标价或提前告知陈先生。但问题是,一杯白开水定价10元真的就合理吗?人们不禁要问,这是一杯什么样的白开水,身价竟然这么高?

按照这家餐厅负责人的解释,一杯白开水之所以定价10元,除了成本,还包含服务费,主要是茶位费和餐具费。但陈先生并不认同这一说法,相信大多数读者也不认同这一说法。

外出就餐,绝大多数餐厅都给顾客免费提供白开水,在约定俗成的环境下,这家餐厅一杯白开水收费10元到底合理不合理?相信大家心里都有数,这也就不难理解缘何此举会引发关注和热议,被冠以“天价白开水”了。

诚然,正如当地物价部门人士所说,餐厅对商品定价由市场自行调节,但餐厅定价也得遵循市场规律,不能随心所欲,想定多少就定多少,商品价格与价值应大体相符。

近年来,每逢重大节假日,总会或多或少曝出各种“天价”宰客事件:三亚“天价海鲜”、青岛“天价大虾”和哈尔滨“天价鱼”等,结果均以涉事饭店被整顿或罚款,相关负责人被处理收场。既然当地有关部门表示已关注“天价白开水”事件,我们就坐等结果吧。

欢迎赐稿 欢迎吐槽

微信:lhwbzpt QQ:312439348
邮箱:lhwbjx@163.com

S 生活观察 HENGHUOGUANCHA

无籽葡萄致不育 为啥这么多人信

□浩子

最近,葡萄无籽是因蘸了避孕药谣言让不少“吃瓜群众”心生恐慌,一些产区的无籽葡萄销量甚至因此受到影响。幸好专家及时辟谣,在一定程度上减轻了负面影响。(人民网)

相信谣言的背后是非理性,但我们也应当关注这非理性产生的原因。苏丹红、毒奶粉、地沟油……这些年,农产品安全事件时有发生,给不少消费者留下心理阴影。所以一旦有关于食品安全的传言出现,不少人的第一反应是宁可信其有,不可信其无。的确,开门七件事,柴米油盐酱醋茶,农产品安全与每个人的切身利益息息相关,随着消费水平的不断提升,老百姓对农产品的健康安全更加关注无可厚非。但是,为何一些无稽的谣言却让不少人深信不疑?因为辨别谣言的确需要一定的专业知识,但由于不少消费者对农业各环节的信息缺少了解渠道——生产环节,使用了多少化肥农药;运输环节,保鲜是否达到标准;加工环节,有没有添加有害化学物质,都不甚明了。在群众最关心的话题上,真实准确、透明及时的信息供应不充足,自然会让部分人因为信息饥

渴而轻信谣言。

应当说,消费者对于农产品安全的质疑,在一定程度上体现了消费理念的进步。公众对于自身权益的维护意识增强,也能起到一定的社会监督作用,倒逼农产品质量安全的提高。但是,如果矫枉过正,一味捕风捉影,轻信谣言,甚至造谣造谣,造成的社会危害则不可小觑。

杜绝谣言,最根本的是要织密农产品安全保障网络。提供安全农产品,让消费者放心,应当是贯穿整个农业生产流程的理念,也应当是参与者都必须恪守的准则。

杜绝谣言,还应减少信息的不对称。一方面,政府增强信息发布意识,实行定期的信息发布机制,减少因信息缺失造成的信任危机;另一方面,帮助公众提高对于谣言的辨别能力。增加公众的知识储备和科学素养,是科普的重要任务。

此外,农业生产经营者也应注意提高生产信息的透明度,让消费者获取产品在各个环节的信息,这些做法都有助于消费者因为了解而产生信任。

风险社会,牵一发而动全身。网络世界的一句谣言,往往会牵动农民的生计,居民的餐桌。我们必须多方发力,让真相跑在谣言的前面。

高级月嫂掘苗助长乱象亟须监管

□薛建勇

记者网上搜索“济南月嫂培训”,发现许多家政公司都提供短则7天、长则一个月的月嫂培训,记者随机点开了一则广告,上面写着“常年招月嫂学员,设立专业月嫂培训班,专业老师授课,7天课程,理论和实操,包教包会,学完合格后颁发《高级月嫂》证书,全国通用,网上可查”。(新华网)

二孩政策全面放开后,又一波生育高峰来临,月嫂行业高温不退,好月嫂更是“一嫂难求”。然而目前市场上的月嫂甚至所谓的金牌月嫂,其实并没有硬性的界定标准,也没有行业通行标准。在高薪的诱惑之下,市场难免鱼龙混杂。于是部分家政公司在从业人员匮乏的情况下,大量招聘素质不高的外来务工人员,通过短期培训并颁发证书方式速成,将其包装成拔苗助长的高级月嫂。由于缺乏系统培训和相关工作经验,难免出现月嫂能力和水平达不到所宣传水准的情况。准入门槛低、培训简单初级、从业人员素质偏低等是目前月嫂市场普遍存在的问题。

不过,月嫂行业缺少的不只是职业规范和培训标准,还有监管。要看到,政府部门对相关从业机构和培训机构都缺乏起码的监管与制约。另外,多数年轻父母缺乏育儿经验,同时对月嫂市场缺乏了解,再加上部分人缺乏法律意识,导致与月嫂在服务过程中产生矛盾无法维权。这种状况之下,雇佣双方的利益都无法得到保障。因此,乱象丛生的月嫂服务行业亟须监管。

治理乱象丛生的月嫂市场,需要相关部门明确监管职责,健全监管机制。首先,要明确行业主管部门,统一行业标准,在促进和规范月嫂服务业发展上更有针对性;其次,规范培训机构,设置月嫂准入门槛,只有通过正规培训、考试合格才能持证上岗。同时,畅通监督投诉渠道,接受社会监督,以利行业健康发展。

对于生养子女的家庭来说,月嫂直接关系到小宝宝和新妈妈的身心健康。面对纷繁复杂的市场,挑选合适的月嫂尤需谨慎。要加强“职业化”意识,不用无证月嫂;同时也要对不正规的培训机构和从业人员积极监督举报,让监管形成合力,向不合理的市场乱象说不。



10月7日,广东清远金子山风景区特意游客开设了“刻字林”,游客经过时可以根据自己的想法与意愿,在竹子上作画、刻字。(中新网)

点评:比较人性化,这个可以有。

七嘴八舌 IZUIBASHE

年龄附加费

事件回放

“十一”黄金周,重庆的张女士想带72岁的母亲参加泰国游,却被告知母亲年龄超标,要加收300元“年龄附加费”。“吃的住的玩的都一样,同一个团为什么老年人还要附加费用?这种收费是否合理?”带着张女士的问题,记者走访调查发现,对老人、小孩两类群体收取附加费,已是“不成文的规定”。(央广网)

议论纷纷

不管是高端旅游套餐,还是特价旅游团,以市场方式赚取应得的劳动收入无可厚非。但旅行社假特价团之名,行“信息欺瞒”之实,把上路的游客当成被薅羊毛的“花钱机器”实在不可取。

——朱丹

旅行社收取“年龄附加费”应收之有道,必须建立在游客自愿、同时确实能够为特殊年龄段的游客提供健康、安全等方面的个性化服务的基础之上,而不是给违法收费寻找借口。

——刘勋

旅行社收取“年龄附加费”,是一种实实在在的价格歧视,旅游执法部门必须严格执法及时处罚。

——唐耀