

K 铿锵杂谈
KENGQIANGZATAN

拍短视频造谣赔万元的警示

□苑广阔

日前,重庆一对夫妇造谣商户面粉里加胶水,拍摄了两分钟视频发至某微信群中。商户起诉后,经法院调解,该夫妇向商户支付各项损失1.4万元。(《重庆晨报》)

表面上看,这对夫妻确实够“倒霉”,但是“倒霉”的背后,却隐藏着更为深刻的教训。网络时代,每个人都应该从这对夫妻的遭遇中吸取教训,避免自己重蹈他人的覆辙。概括来说,这对夫妻主要在以下几个方面摔了跟头,所以才被人告上法庭,不得不向对方做出赔偿。

其一,缺乏对谣言的正确认识,进而导致缺乏对法律的敬畏。这对夫妻仅仅因为在用购买来的面粉和面时,发现面粉比较粘手,就得出了面粉里面添

加了胶水的结论,进而录制了“胶水视频”。在录制视频时,他们可能根本没有意识到自己是在造谣,也没有意识到这样的行为已经涉嫌触犯法律,可能面临法律的追责与处罚。可以说,这背后的根源,就是他们对谣言的性质、危害存在认识上的不足,进而对防范谣言的法律规定,也没有了基本的敬畏。

其二,缺乏对真相的求真精神以及基本的科学常识。买来的面粉在和面时比较粘手,背后是有很多种原因的,比如面粉的种类,比如和面时添加的水的多少等,但是这对夫妻却偏偏相信面粉里面是因为添加了胶水才会有如此大的黏性。他们没有考虑一个基本常识——生产和售卖面粉的人,为什么要面粉里面添加胶水?这么做的目的何在?如果为了以假乱真,以次充好多赚钱才添加东西,也应该选择比面粉更

便宜的东西来冒充面粉,而市场上的胶水可比面粉贵多了,这样的添加是不是很愚蠢?

可以说,只要这对夫妻稍微深入地想一想,就能够推翻自己之前的猜测,而不会得出这样的“谣言式结论”了。当然,如果造谣者明明知道这是谣言,但是为了泄愤而故意向对方身上泼脏水,或是因为市场竞争的需要而故意诋毁对方,那么现在被对方告上法庭,做出赔偿,就完全是一种咎由自取。

想必现在这对夫妻一定后悔莫及,网络时代,造谣传谣很容易,但是一旦谣言被发布出去,就是当事人所无法控制得了,最终所造成的后果和危害,很可能出乎当事人的预料,而只能被动地承受后果。所以多些对谣言的正确认识,对法律的敬畏,对常识与真相的求真求证,才是网络时代每个人的“必修课”。

每日速递

工信部

启动新能源车 隐患排查

今年以来电动车安全事故频发。记者从工业和信息化部了解到,工信部要求新能源客车生产企业立刻开展安全隐患专项排查工作。同时,工信部还将制定《新能源汽车统筹创新发展指导意见》,鼓励企业技术创新。

今年以来国内外发生多起电动汽车起火事故,原因主要包括充电自燃、碰撞起火等,令人不得不重视电动汽车的安全问题,同时也给行业敲响警钟。

电动车事故连连,是电池的问题还是充电桩的问题?

一位熟悉充电配套设施的行业专家接受记者采访时表示,电物流车使用的充电桩一般都是不对社会开放的专用充电桩。电物流车充电过程中起火自燃更多是和电池发热与过充有关,和充电桩的直接关系不是很大。

中国化学与物理电源行业协会秘书长、高级工程师刘彦龙接受采访时表示,随着相关政策对于动力电池的比能量、续航里程要求大幅提高,企业为得到更高的补贴,在提高系统能量密度要求下,降低了电池系统的热管理要求,存在很大的安全风险。

记者从工信部了解到,主管司局已经启动了车辆安全预警及重大安全事故调查机制。对于新能源客车发生起火、燃烧等安全事故,未造成人员伤亡的,生产企业应在12小时内(如造成人员死亡或重大社会影响的,应在6小时内)主动上报地方政府新能源汽车工作联席会议牵头部门和工信部装备工业发展中心,并及时展开事故调查,调查结果留存备查;相关部门将根据事故的严重程度,联合相关单位成立事故调查组,与企业共同开展事故调查,并将调查结果上报工信部进行处理。

晚综

河南

失业保险金标准 每月人均涨104元

记者从河南省人力资源和社会保障厅获悉,为更好保障用人单位及职工的合法权益,增强参保群众获得感、幸福感和安全感,近日,河南省第12次调整提高失业保险金标准,平均每人每月同比增加104元。

河南省决定自2018年10月1日起调整提高全省失业保险金标准,三个档次的失业保险金标准由此前的每人每月1376元、1256元、1136元分别调整为每人每月1520元(一类行政区域)、1360元(二类行政区域)、1200元(三类行政区域),平均每人每月同比增加104元,平均增长8.3%。

据记者了解,此次还简化了稳岗补贴的申领手续,力求最大程度做到便民利民。一是简化企业申领稳岗补贴手续,二是将企业职工申领职业技能提升补贴的等级、标准简化为初级、中级、高级三个档次,执行高标准发放。调整标准后,职工取得初级、中级、高级职业资格证书或职业技能等级证书的,补贴标准分别为1000元、1500元和2000元。据新华社

Y 一家之言
YIJIAZHAYAN

火锅店促销被吃垮无关道德

□房清江

59.9元办张“吃货卡”,两个月内免费吃火锅。这样的宣传海报是不是很诱人?这是江苏徐州一家火锅店,在今年9月1日推出的营销活动,然而,仅仅施行了7天时间,商家等来的结果是:吃垮了!活动也已被店方叫停。不仅如此,该火锅店还转手了。(《扬子晚报》)

在商言商,商家祭出“免费”的策略,归根到底还是营销的需要,火锅店免费吃两个月是为了吸引流量,在市场竞争中获得优势,而不是做公益慈善。营销需要成本,免费吃火锅赔本赚吆喝,商家付出亏损的代价是可以预料的,理性的营销在抱以最乐观预期的同时,还要有最坏的打算。比如,对消费者道德的因素要有准确的预估,设计好规则规避可能的风险,而不是发生后归咎于道德人性。相反,一旦规则设定



后,变成广告就构成了承诺,如消费者办了卡,一定形式就构成了消费合同关系,两个月免费吃火锅,未经协商同意商家擅自中止,便构成了违约乃至消费欺诈。

火锅店被吃垮,只关规则无关道德。相反,往往是规则的漏洞,诱发了道德的破窗效应,最终没有赢家。其实,单纯靠免费来培养消费者的忠实

度、制造经营竞争的火爆是靠不住的。消费者确立定向的消费习惯来自多方面的因素,价格只是一方面。如餐饮消费除了价格之外,还有口味、消费环境等,但是价格过低时,会诱发占便宜的纯粹功利,其他的往往被忽略,这也是普遍的人性所在。适度的营销是可取的,如特定时段、特定群体的打折、免费,有利于增强消费群体的黏性。然而,一旦被吃垮的火锅店是搬起石头砸自己的脚,又如,饱受诟病的低价游、“零费团”,导致消费关系形同水火。

之所以如此,过度消费人性是要付出代价的,因为通过如此手段,满足流量竞争需要,最终都会导致服务利益契合的偏离,扭曲了正常的消费关系。商业经营也好,市场竞争也罢,都必须遵循起码的商业之道,少一些急功近利,避免在过分追求营销之术上迷失。

S 生活观察
SHENGHUO GUANCHAO

“整容要趁早”是危险的抢跑

□罗志华

割双眼皮、隆鼻、削下巴……在暑假,不少孩子都进行了外貌上的“改造”。一些孩子痴迷追求外貌的完美,不少家长盲目跟风带孩子“动刀”,整容日益低龄化。记者调查发现,在一些中学里,班里“流行”割双眼皮,全班几十人几乎全成了双眼皮,家长直言这是“为将来做好准备。”(详见本报昨日14版)

没有家长愿意让自己的孩子步人后尘,但有些家长在这方面显得格外激进。比如,早教要趁早、学英语要趁早、编程要趁早、幼儿园小学化等,这些抢跑都属于普遍现象。整容要趁早,则属于一种新的抢跑,近几年在部分中学才逐渐流

行起来。

但要看到,十几岁的孩子,身体还没有发育成熟,是不适合做整容手术的。比如,给孩子隆鼻,很可能造成鼻骨继续生长,鼻腔也随之变大,也许过不了多久,垫进去的材料就会不合尺寸,可能导致鼻中隔偏曲、鼻子外形偏移等后果。

同时,人的审美观处于不断变化当中,不宜超前定型。以双眼皮为例,现在流行双眼皮,也许过不了几年,又流行单眼皮了。即使是现在,也有不少人认为单眼皮更好看。但整成双眼皮容易,再想整回单眼皮就很困难。何况,清一色的双眼皮,也会让孩子失去个性特征。

此外,让孩子过早整容,还会向孩子灌输错误的价值观。比如,靠脸吃饭、过于看重外表,从而不注重提

升内在素质。长得好看会生活得更好,在一定范围内或许是事实,但也不可否认,这是一种错误的价值观。家长不应该在孩子的心智尚未成熟之时,就用实际行动向孩子灌输这种价值观。更要看到,整容具有切肤之痛,整容附带的价值观对孩子的影响很大,家长理应三思。

学习方面的一些抢跑行为,很多时候处于相对被动的状态。但“整容要趁早”这种抢跑,就不具备其他抢跑的一些特点和必要性。相反,过早整容会让学生失去选择的机会,不仅不能主动抢位,反而会让他们将来处于被动状态。一个人即使有必要整容,也不妨尽量晚一些,至少要等身体和心理都发育成熟后,再考虑这个问题。因此,对于周围出现的整形热,家长和学生应该冷静。