

B编读往来
IANDUWANGLAI

电动车充电 请别再任性

□王学明

“小区每个单元的楼道都停满了自行车、电动车。看新闻说在楼道里给电车充电，发生火灾后果会很严重。”近日，家住市区崂山路金色华府小区的一位业主向记者反映说。（详见本报昨日04版《楼道停满电动车 居民担心不安全》）

众所周知，小区单元楼道本是用来供楼里住户通行的，没想到却成了一些住户给电车充电的好地方。在楼道通电区域装个开关，或者从自家屋里扯一根电线，对这些住户来说，给电车充电是方便了，可为整栋楼带来了安全隐患，不仅严重影响了其他住户的通行，而且也容易引发火灾，威

胁他人生命财产安全。

日常生活中，总有不少人抱着侥幸心理，感觉事故不会发生在自己身上，然而现实却是残酷的，只要翻阅新闻报道，你会发现因电动车充电而引发火灾的案例数不胜数，轻则造成经济损失，重则引起大量人员伤亡。难道非要等悲剧发生在自己身上，我们才能去铭记这惨烈的教训吗？

其实，公安部早在2017年就下发了《关于规范电动车停放充电加强火灾防范的通告》，其中明确，公民应当将电动车停放在安全地点，充电时应当确保安全。严禁在建筑内的共用走道、楼梯间、安全出口处等公共区域停放电动车或者为电动车充电。对于市民来说，如果想

为电车充电，不妨把电瓶取下来放在家里充，或者把电车开到小区固定的充电地点，这样虽然麻烦一些，但至少保证了安全。

有句话说得好：“宁为安全憔悴，不为事故流泪”，安全来不得半点马虎和松懈。一方面，广大市民要提升安全意识，做到不任性给电动车充电，这既是对自己负责，也是对他人的生命安全负责，此外，如果发现电动车火灾隐患和消防安全违法行为，要及时向物业及执法部门举报；另一方面，执法部门要加大法制宣传力度，引导市民认清电动车违规充电的危害，针对那些屡教不改者依法严厉查处；再者，小区物业要顺应市民期盼，规划电动车统一停放和充电区域，让市民充电更加方便。

七嘴八舌
QIZUIBASHE

全额返还善款

新闻背景

11月6日上午，全国首例因网络个人大病求助引发的纠纷在北京朝阳区人民法院一审宣判。法院认定筹款发起人莫先生隐瞒名下财产和其他社会救助，违反约定用途将筹集款项挪作他用，构成违约，一审判令莫先生全额返还筹款15.3万余元并支付相应利息。（据《北京晚报》）

议论纷纷

近年来网络众筹风生水起，一些网络募捐平台如“水滴筹”等，利用现代化网络方便快捷高效的技术特点，快速筹款，帮助一些困难群体渡过难关，同时也让一些人盯上了这一救助渠道，夸大其词、隐瞒真相，将其作为无须偿还的优选项。此案中，莫先生被判全额返还筹款15.3万余元并支付相应利息，纯属咎由自取。法院要求“水滴筹”公司根据《用户协议》《水滴筹个人求助信息发布条款》、比例原则，公开、及时、准确返还赠予人，也是在强调网络平台的行业规范及法律要求。

——凌寒

全国首例因网络个人大病求助引发纠纷的宣判表明，上述行为不只是道德问题，更是法律问题。全额返还筹款的判决是以法律的名义警告那些对网络筹款动歪脑筋的人，无论线上线下都没有法外之地；网络筹集善款不是综艺节目，有没有病、有多大病，都该如实申报，法律绝不容许造假表演的行径，对诈捐行为必须坚决打击。

——贾亮

这一案例对众筹平台、监管部门乃至全社会也带来很多值得思考问题。从政府的角度来看，需要尽快完善立法、加强行业自律；构建募集资金第三方托管机制；建立网络平台与医疗机构的资金双向流转机制，实现筹款款扣划至医疗机构直接用于结算，切实加强爱心筹款的监督管理和使用，避免社会爱心受到伤害。

——苑广阔

治理促销短信 亟待监管亮剑

□谢军

“双11”临近，各种促销短信铺天盖地而来，消费者不堪其扰。据报道，促销短信内容多为促销信息和网点链接，这些促销短信多来自第三方短信营销。提供类似服务的网络平台有很多，服务内容多样，而且价格实惠。（据新华网）

工信部发布的《通信短信息服务管理规定》明确，未经用户同意或请求，不得向其发送商业性短信息。然而，由于某些网购平台隐私条款要求，注册用户必须接受平台将与其交易相关必要信息提供给商品或者服务提供者，并接受个性化信息展示、搜索及推送服务等，消费者不断接到促销短信就不难理解了。

其实，促销短信频繁“问候”消费

者，已侵犯了消费者的合法权益。按照《消费者权益保护法》规定，经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。因而，一些电商平台制定包含排除或限制消费者权利、减轻或免除经营者责任的内容，或以默认方式允许卖家发送商业性短信息，属于法律上的无效条款。同时，对于消费者选择退订，但卖家仍然向消费者发送促销短信行为，构成法律上的强制交易。遇到类似情况，消费者可以向电商投诉，或向当地消费者协会、法院等提起诉讼，要求电商平台承担相应法律责任。更重要的是，监管部门要及时“亮剑”。根治促销短信需要相关部门与互联网企业形成相应机制，协同推进。

微点评
EIDIANPING

③新华社：#未成年人充值游戏金额受限# 国家新闻出版署近日印发《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》。其中对网络游戏平台对未成年人提供服务的时段、时长、付费情况进行了具体规定。8岁到16岁用户每月累计充值金额不能超过200元，16岁以上未成年人每月充值金额不能超过400元。

点评：为防止未成年人沉迷网络游戏，各有关部门尝试了不少办法，试图构建一个比较严密的“防护网”。有的办法可能看上去有些治标不治本，但在治本之途尚需继续探索之时，不妨宽容对待治标之策，为治本留出时间。

③北京晚报：#服务质量总体偏低# 11月5日，中国消费者协会在北京召开新闻发布会，通报2019年开展的国内部分住宅小区物业服务调查体验情况。由中消协与各地消协对全国36个城市148个住宅小区调查体验形成的《国内部分住宅小区物业服务调查体验报告》显示，超过三分之一

的住宅小区物业服务消费者满意度“不及格”，部分小区前期物业服务与开发商合谋损害消费者合法权益，形成事实垄断。

点评：完善立法、健全规章制度、市场准入、改变资质评级标准和方式，整治物业行业的沉痾顽疾，让其交出一份像样的成绩单，不下重手、不打组合拳恐怕难以奏效。不少地区已经出台物业黑名单制度，信用评分低者出局，不得承接新服务项目，此举值得借鉴推广。

③中新网：#动物园被指“虐待动物”# 近日，有网友发帖称，江苏省沭阳县南湖公园动物园涉嫌对保护动物“照顾不善”，国家一级保护动物梅花鹿腿部腐烂生蛆，国家二级保护动物黑熊被用铁线绑。11月5日，记者从该县自然资源和规划局通报获悉，该动物园已被责令停业整顿，但园方否认有虐待动物的行为。

点评：近年来，人们对动物权益的关注度在提高，网络也使信息传播越发便捷。动物园对公众开放的一面不能仅仅停留在“圈养动物以供玩赏”上，应努力改善动物生存环境，有意识地向游客传递尊重生命、敬畏自然的观念。

H画里有话
UALIYOUHUA



日前，记者调查发现，市面上一些“儿童食品”以“少盐”“营养”“健康”“有机”等噱头吸引眼球，而实际上只是变换了包装、体积和口味，与同类普通食品没什么差别，标价却翻了倍，许多父母不明就里纷纷购买。（据人民网）

近年来，随着人们生活水平进一步提高，在为孩子们选择食品时，父母毫不吝惜。正是利用人们的这一心理，一些商家悄悄炒起“儿童食品”。面对形形色色的所谓“儿童食品”，应尽快完善监管体系。一方面，应针对儿童不同生长阶段的营养需求，尽快制定相应的食品安全标准，同时完善相关法律条规，规范儿童食品标签标识和广告宣传。另一方面，及时曝光那些打着“儿童食品”旗号、实际生产和销售劣质食品的企业，并进行严厉惩处，让孩子们吃得开心、放心。



投稿方式：用微信扫描二维码添加小编为好友即可。

微言大义
WEIYANDAYI

思想就像降落伞一样，只有打开才能发挥作用。

——人生感悟

有些事，现在不去做，那就一辈子都没机会了。有些人，现在不抓住，那就一辈子都只能错过。

——生活感悟

人们的生活好像在高速公路上，都拼命想超过对方，但并不知道对方要去哪里。

——经典名言

如果刀刀怕伤了自己而不与磨刀石接触，就永远不会锋利。

——励志名言