

评论员观察

对影响市容秩序的问题,以“柔性执法”应对,无可挑剔。但是,“柔性执法”的前提是依法依规,如果对没有违法违规行为的店家百般挑剔,即便没有采取暴力执法,也对店家的正当经营行为造成了严重干扰和妨碍。

邢台城管别把柔性执法搞成“揉”式执法



评论员 沙元森

日前,一段“裁缝怒怼城管”的视频在网上热传。视频内容显示事发地点在河北邢台。

当时,两名城管进入裁缝铺,要求店主撤下门口广告。店主辩解,之前因为广告粘贴在玻璃上已经整改过,这次只悬挂在室内又被挑毛病,实在不想配合了。争执中店主屡次质问,是哪个“牲口”要求这样检查沿街店铺的。

店主面对执法人员爆粗口,确实不理智、不文明。但是,店主的不易和愤怒应该得到体谅。

从对话可以听出,店主是外来经商人员,生意不大,接一些裁剪衣服、修拉链、改裤边等零碎业务,店主自称一天收入几十块钱。

做这样的小买卖,如果店铺门口没有任何广告招贴,很容易被路人忽视。店主也表示,之前被城管执法人员铲除门口玻璃上的广告,导致很长时间没有顾客登门。

经商必须要广而告之,把广告放在店内肯定起不到应有的效果。而邢台城管执法人员屡次登门,坚持认为该店铺门口不允许有广告呈现。甚至在店主已

经退让妥协之后,城管执法人员还是不依不饶地要求“配合工作”,在店内广告与门口玻璃之间隔开一段距离。

店内摄像头拍录的城管执法场景传到网上后,引起舆论关注。邢台城管方面在接受采访时认为,执法人员在按照相关条例执法,言外之意是城管没错。

城管管到店内,工作如此细致,令人惊叹。但是,对河北省与邢台市有关城市市容和环境卫生的条例,并没有看到任何有关店内广告如何摆放的规定。《邢台市城市市容和环境卫生管理条例》规定:沿街门店经营者应当保持店容店貌整洁,不得擅自超出门、窗或墙体外立面进行店外经营、作业或者展示、宣传、推广商品或服务。在店铺玻璃上粘贴展示经营内容的广告,以及在店内悬挂广告,显然都不违反以上规定。

尽管店主屡次爆粗口,难能可贵的是,城管执法人员在“人多势众”的情况下没有动粗。毕竟,在前些年,邢台城管曾经因为野蛮执法和语言争执,多次成为舆论焦点。2020年8月,“邢台市襄都区羊市街城管殴打小商贩”视频上网,事后两名城管执法人员被停职。2016年10月,邢台城管执法人员与一名商贩发生语言争执,商贩一怒捅伤3名城管执法人员,最终导致一人死亡一人重伤一人轻伤。

之后,邢台城管可能是吸取了事故教

训,执法方式有了创新。去年,河北省有关部门的官方网站曾经点赞邢台城管的“柔性执法”新模式。根据网站宣传内容,邢台市城市管理综合行政执法局成立了8个市容督查组,各督查组分时段、分区域对主城区范围内的主次街道开展督导,及时发现整改占道游商、店外经营、违规牌匾、乱贴乱画、乱停乱放等影响市容秩序的问题。

对影响市容秩序的问题,以“柔性执法”应对,无可挑剔。但是,“柔性执法”的前提是依法依规,如果对没有违法违规行为的店家百般挑剔,即便没有采取暴力执法,也对店家的正当经营行为造成了严重干扰和妨碍。这种看似很“柔”的执法方式,也“揉”得店家欲哭无泪。以至于,这个裁缝店主当场就表示不想在邢台干了。

当前,经济运行正处于恢复期,很多经营主体都承受着不小的压力,尤其是守着小门头小摊位的店主更是艰难。他们虽然体量不大,却是服务千家万户的“神经末梢”。一个地方营商环境好不好,沿街小店干得好不好,可以作为一个重要评判标准。邢台城管以“鸡蛋里挑骨头”的细致管理沿街店铺,对当地营商环境会带来怎样的副作用,不言而喻。

邢台城管执法人员因为裁缝店内一个广告,把店主“揉”得连爆粗口,需要道歉的肯定不能只是这个愤怒的店主。

优化快递配送的“最后一百米”,有“法”了

近日,交通运输部网站公布了新修订的《快递市场管理办法》,自2024年3月1日起施行。新公布的《快递市场管理办法》要求:经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为确认收到快件,不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施,最高将处以3万元罚款。

近年来,国内快递业务发展迅猛,截至2023年12月,我国快递年业务量已突破1200亿件。在给公众生活带来巨大便利的同时,快递业务量的激增带来了新的问题:很多快递小哥根本不征求收件人的意见,随手就将快件丢在小区门口或是快递柜内,更有甚者,还没有开始派送,快递员就已经代为签收。

快递配送的“最后一百米”,不仅关乎公众的消费体验,而且关乎快递行业的口碑和发展。以往谈及这个问题,人们往往归咎于快递行业的“价格战”:为了抢占市场份额,不少快递企业大打“价格

战”,由此,不仅造成快递小哥收入下降,而且诱使他们“多拉快跑”,以缩水的服务换取收益提高。

实际上,这只是一种表象。更深层的原因在于,快递市场中,消费者、快递小哥、快递企业本是一种三方关系,但由于快递企业责任的缺失,往往会形成消费者与快递小哥的直接博弈——如果每个快件都要上门派送,势必会增加快递小哥的工作量;如果任由快递小哥丢在快递柜,难免会令消费者心生不满。尽管消费者拥有“差评权”,但这并不足以改变现状。究其原因,消费者只能投诉快递小哥,而受理投诉的则是快递企业。即使快递企业处罚快递小哥,问题依然得不到解决,甚至还会愈演愈烈——为了弥补差评造成的损失,难免会有快递小哥进一步压缩服务质量,试图“堤内损失堤外补”。

基于这样的背景,新公布的《快递市场管理办法》的最大亮点就是,明确了快

递企业的主体责任以及具体罚则。针对“未经用户同意代为确认收到快件,未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件,抛扔快件、踩踏快件”等饱受诟病的行为,新规作出了明确的处罚规定。由此,有助于消除一种认知误区——这些损害消费者权益的行为,表面上是快递小哥不负责任,根子里则是快递企业管理不当。

作为一种商业服务,保障快件安全迅速地交到消费者手中,这本身就是快递企业的应尽之责。彻底消除快递行业的各类市场乱象,首先就要以严格的监管与问责,敦促快递企业承担起应尽的责任和义务。这不仅是为了保障消费者权益,同时也能够倒逼快递企业提高快递小哥的薪酬待遇——建立在市场更加规范的基础上,快递企业必须提高快递小哥的劳动报酬和福利待遇,以此来提升服务质量、拓展市场空间。

据人民网

观点

不打招呼擅自取消积分 消费者权益不能被“清零”

积分制是商家对消费者“鼓励性消费”的一种奖励。然而,到了岁末年初,一些商家在未提前通知消费者一定时间段消化利用积分的情况下,擅自将积分清零。这样做违反了消费者哪些权利?消费者可以怎么做?

从法律角度来看,积分清零是否合法取决于商家是否提前通知。根据民法典等法律规定,双方当事人的真实意思表示应该受到尊重,商家的积分制度也是一种合同关系。商家对消费者的单方承诺,应该在提前告知的情况下才能清零。如果商家没有充分告知,擅自取消积分,就违反了合同规定,属于不讲诚信的行为。

积分制度的建立应该是一种双向的信任和互动,而不是单方面的权益剥夺。商家应当在奖励机制的设计上更加注重消费者的知情权和参与度,以建立更加健康的商业关系。积分清零背后的法律边界与商家责任需要厘清,消费者的权益不能被“清零”。在建立积分制度时,商家需要更加注重法律合规、透明度和消费者参与度,以维护双方的权益关系。

据人民法院报

女大学生卖糖葫芦受威胁 营商环境不容大哥欺行霸市

“不让你卖,不离开你试试!”近日,“女大学生摆摊卖糖葫芦,被几名壮汉轮番威胁”的视频在网上流传。1月2日,广西南宁市公安局发布通报称,已将视频中涉事的曲某某等3人依法传唤到公安机关调查。目前,调查工作正在开展中。

视频显示,3名男子因售卖糖葫芦摊位问题,先是言语挑衅,后是把小推车推到这名女生前面,故意挡着几个小时不走;还污称女生的糖葫芦不干净、不卫生,阻拦其他顾客购买,最后直接“建议”女生换个地方摆摊。如此嚣张跋扈、言语威胁是在做生意?分明就是欺行霸市。

做生意靠的是商品质量,竞争不过别人就动歪心思,不仅毁了自己的口碑和信誉,更破坏整个地区的营商环境。糖葫芦虽是小本买卖,但欺行霸市的危害不可小。这种行为传播的是恃强凌弱、垄断经营的获利逻辑,“我在这几千,别人就不能干”,顾客只能买我的东西,其做法不仅侵犯同行的经营权,更剥夺了消费者的选择权。这种霸道行为如果得不到阻止,很容易蔓延到市场的更多领域,势必对当地的市场环境造成更多的伤害。

据北京晚报

厕所只有图标和英文 加上汉字很难吗?

近日,广东一位老伯爆料,广州白云区百信广场厕所只有图标和英文,没有汉字,导致自己误入女厕所,被指非礼。记者实地调查发现,商场厕所标识确实有英文无汉字,多位街坊上厕所时,也难以分辨出男女厕所,需要询问清洁阿姨。

上个厕所分不清男女,还要询问商场工作人员,真是够费劲的。这难免让人纳闷,加上汉字很难吗?明明是一件很简单、很常规的事情,商场为什么偏偏不呢?如果是其他的指示标志就算了,厕所也这么整让人忍不了。这对公众,尤其对老年人很不友好。实际上,就算是年轻人,如果比较急,只看一眼图标和英文也容易分不清,都不如汉字来得实在。设计者不能陶醉于“自己看得懂”,忽视了公众的认知差异。

厕所标志看似是一件小事,却能折射出很多问题,希望涉事商场及时整改,加上汉字真不费什么事;而其他有类似情况的公共场所,也不妨积极调整,避免标志让人看不懂。

据正观黄河评论

企业年会,越来越“尴尬”?

最近一段时间,对于不少企业而言,除了忙着做年终总结和新年计划外,一年一度的年会也提上了日程。但近几年,舆论场上对年会的吐槽越来越多,加之最近元旦档影片《年会不能停!》的上映,相关话题也成了舆论场上的热点。

在不少人看来,年会的流程正变得越来越“格式化”:上午听领导们述职,下午员工表演节目,举办时间大都选在周末。与此同时,在年会节目的准备方面要有创意,不能是简单的歌曲、相声,同时还不能买太贵的道具。一整套流程下来,基层员工被折腾得心力交瘁、筋疲力尽。但晚上的聚餐敬酒却依旧是躲不过的人情世故难关,而领导在酒桌高谈阔论时画的大饼显然难以充饥。

一段时间以来,不少企业年会的逐步变质,让人感到无所适从,也让年会的

筹备逐渐陷入到了尴尬的场景之中。加之年会的筹备周期往往较长,有的甚至长达数月。对一些企业而言,筹备年会会对正常工作的开展带来的影响并不小。

事实上,舆论场上对年会的吐槽与此前人们对团建的吐槽本质上并无差别。某种程度上,对二者的吐槽,都有打工人对当下职场关系中权力边界不清晰等现象的不满。很多时候,基层的员工往往会被各种因素裹挟,继而失去自主性。

这个过程中,如果当事人一旦表现出不同的意见,那等待打工人的或许就是职场PUA环节。整个活动也像是在进行一场集体性的服从测试,员工的时间可以随意挤占,个性也被当作某种“不稳定因素”。

跳出来看,不论是筹备阶段还是年会当天,其流程和准备工作大都是在“围着领

导意志转”,领导坐在什么位置,喜欢怎样的节目,讲话时该怎么拍照……一场变了味的年会,不仅没给基层员工带来太多欢乐,且在筹备的过程中还暗含着对“职场尊严”的进一步划分。这样的情况应该引起一些企业管理者的警惕。

不可否认,举办年会是企业总结过去一年成绩和得失的良好形式,也可以在一定程度上加强企业内部员工之间的沟通与交流,提升员工和企业之间的凝聚力和归属感。然而,逐渐变味的年会显然正在远离这一初衷。如果对员工而言,开个年会比上班还累,那这个年会简单点也挺好。

总而言之,与其让不会跳舞的员工去跳舞、不想唱歌的员工去唱歌,不如让年会变得“心平气和”一些。让企业管理者和基层员工之间多点平等的交流,或许能起到更好的作用。

据光明日报