



《榴下谈》为枣庄本土言论栏目,关注本土民生热点,旨在发掘与展现枣庄的各个社会层面,为您记录那些见思想、展风采、有灼见的精彩片段。本专栏以有话枣说、街谈巷议、漫说、读者来信及贴近生活的网友议题等为内容。  
投稿邮箱:liuxiatan@163.com;话题QQ:1719269530,新浪微博:今日枣庄-榴下谈

# 假货“下乡”,监管薄弱是根本

有话枣说

冯燮

《假冒伪劣商品纷纷“下乡”》一稿报道,3.15在即,商品的质量再度引起市民的高度重视。而近日,有市民反映,一些“山寨”商品却堂而皇之地落户农村小商铺。(《齐鲁晚报》3月14日报道)

年年3.15,主题各不同,但是假冒伪劣偏爱农村,却是老生常谈,这几乎已经是一个严重的社会焦点问题。对此,各方分析后,达成的共识是,农村消费者辨别能力差、消费水平低、维权意识不

强,甚至有点图便宜“知假买假”。这固然有一定道理,但农村监管薄弱却是最根本的问题。

说到监管薄弱,监管部门也是大倒苦水。报道中提到,相关单位表示,因为农村市场分布范围广,经营户非常散乱,碰到流动性强的集贸市场更难确定监管目标,这样一来要想在农村设置全面的监管模式,就需要投入更多的人力物力,消耗更多时间,的确很有难度。

加强农村市场监管,所要投入的成本的确很高,但这些成本与广大农村市场秩序乃至农民生命财产安全来说,似乎也算不得什么,我想这个账谁都能算得明白,难道就为节约所谓的监管成本,就对农村市场假冒伪劣坐视不管吗?

其实监管成本固然是一个方面,但却不是最重要的方面,笔者认为,根本原因就在于监管歧视。相关职能部门对城市的监管可谓严防死守,这固然缘于执法成本本

低,但也与城市市民勇于监督所形成的“倒逼”不无干系,而农村村民即使深受假冒伪劣之害,也很少对监管部门问责,于是“懒得去管”就成了必然。

再说了,考虑成本增加、利润少等因素,正规厂商对农村市场不屑一顾,即使守着城市大叫“生意难做”,也不愿开辟农村市场,经营歧视可见一斑。于是农村市场里的商户,难以与正规厂家对接,只能选择二道贩子或者批发商来进货,

给假冒伪劣商品进入农村流通市场提供了机会。

总体说来,对于广大的农村消费市场,正规厂商不愿去占领,假冒伪劣自然就“大举进攻”,职能部门监管不力,不法厂商就“偷着乐”。因此,破解之道,就在于,消除歧视,健全农村现代流通网络,搞连锁经营,让更多优质的商品通过正规渠道进入到农村。加大农村监管投入,建立完善的监管体系和网络。

# 打击网络谣言,要来点“硬”的

徐剑锋

3月4日,为增QQ空间人气,一男子发布谣言引发部分网民恐慌。后经查实,这条消息是人为杜撰,8日,发布消息者魏某被警方行政拘留。(《齐鲁晚报》3月12日报道)

一则不真实的信息,竟会引发网友如此关注和恐慌,足见网络的大威力。幸好公安部门及时辟谣并抓获造谣者,不然还将继续以讹传讹、误导公众,产生的后果不堪设想。

在网络时代,每个公民都可以成为一座通讯社,但拥有

网络“话语权”需有一条“底线”,既不能逾越道德范畴,更不能超越法律界线。必须看到的是,一些网民在发布信息、评论是非、表达情感时,为了让更多的人关注自己或博得眼球,要么在网上胡言乱语,要么恶意攻击对方,还有的任意发布一些不实的言论,再加上不明真相者的跟帖、转帖,“蝴蝶效应”呈现“连锁反应”,一时间网络上真假假泛滥、语言暴力沉渣泛起,既让网友们很迷惑、无所适从,也让整

个社会很受伤、大无奈。

让网络“好声音”不绝于耳,关键要消除网络信息传播的“负能量”。从这个角度来看,一方面网友要讲“网德”、“重”口德”,严格自律;另一方面网管部门应严格细致地负起监管职责,不让假消息、“坏声音”随意扩散。尤其是对利用网络造谣传谣者,公安部门切不可姑息迁就,也不能一味纵容,必须来点“硬”的,追责严惩到底。

再者,“谣言最怕遇到真相”。一些谣言,不实传闻之所

以会有市场,网民之所以会焦灼无助,很大程度上源于信息的不对称、不透明。尤其是在突发事件到来之时,“大道消息”通畅无阻,“小道消息”才会销声匿迹。由此而言,政府职能部门不仅要关注现实社会发展,也要关注网络世界,及时准确地回应网民关注,澄清事实、击破流言,让正面的“好声音”占据主导位置。如此做到位了,再加上网民时刻保持理智和清醒,谣言也就不攻自破了!

个论

## 银行提供VIP服务 莫让普通储户埋单

当今社会是高速信息时代,干什么事都要讲究个速度,在银行服务窗口排队,等候办理业务也都想尽快办完,谁都不想在那里长时间等待。目前在相当多的银行服务大厅里,排队等待办业务时间是常事,人多,等待也是人之常情,但是,相当多的服务大厅里不讲究先来后到,让广大群众实在无法理解,心里不舒服。

在一个银行营业大厅里,来办理存取款业务的顾客真不少,大家依次从叫号机里打出排队的号码,坐在椅子上等待窗口叫号。这时进来几位,从叫号机里打出号来的顾客,他们刚坐下,服务窗口上面的滚动屏就喊他们的号去窗口办理业务,而在他们之前来到,已经等待很长时间的几位顾客,却还没有办理业务,让人心里不是个味。一打听才得知,刚进门的那几位是VIP,有优先权,随到随办,有市民就说了服务窗口咋还“嫌贫爱富”呢?

对此,服务大厅经理解释说,银行都是这么办的,我们也不例外。银行作为企业,推出VIP业务,无可厚非,毕竟大客户可以带来丰厚的收益,但这却不能成为银行让VIP能够从排队人群中随意“加塞”的理由。都是这么办的就合适吗?就合理吗?

笔者认为银行这样的公共机构应该是平等的,排队就是要有先来后到,存一百万和存一百块都是一样的。要想让大家都满意,就应当依次排队,银行可以专门设立一个窗口来服务它的贵宾和VIP,但不能让这些VIP直接插在排了老半天队伍的普通客户前面。再者,从企业经营角度上讲,如果企业不能一视同仁地对待顾客,那么只能给顾客造成“势力眼”的印象,这自然会影响到企业的市场形象,进而会丢掉赖以生存的市场。

(戴忠群)

# “七天后悔权”还需消协“撑腰”

何旭

媒体报道,消费者期盼已久的网购“后悔权”将得到法律的保障。3月15日正式实施的新《消费者权益保护法》规定,除特殊商品外,网购商品在到货之日起7日内无理由退换货。除了天猫、京东、苏宁易购B2C电商平台之外,该规定同样适用于淘宝等C2C电商平台。

近年来,网购业迅猛发展,商务部公布数据显示,2013年我国网购规模为1.85万亿元,增长超过40%。在此背景下,新版《消费者权益保护法》,规定除定做、鲜活易腐等几种情况下,网购商

品可七日内无理由退货。这项规定,意味着七天无理由退换已经从网购平台的自律准则上升为具有法律效力的消费法规。对消费者权益保护的空白,可谓“打上补丁”;对已制订20年的法律,可谓“系统升级”。

如今,虽然“网购七天无理由退货”的政策实施已经落地,而在此前,不少大型电商平台也率先实行,但从实践来看具体的方式和效果却并非如想象中“如意”。比如规定“退货的商品应当完好”,什么叫“完好”,商家与消费者各自理解不同,难免产生新

的纠纷;再比如“7日无理由退货”,如何界定7天的有效期,以及物流延迟、退货过程发生商品损坏如何认定等,均有待进一步明确。这一系列的问题还需要在今后政策的实施中不断完善。

更为重要的是,在日常商品交易中,消费者与商家的信息是严重不对称的,消费者明显处于弱势地位。有了后悔权,并不意味着消费者就能够与商家“和平共处”。特别是当发生消费纠纷时,个体维权势单力薄,面对强势的生产企业或商家,往往会陷于“有理说不清”的尴尬困境,

屡屡维权无果,甚至“赔了夫人又折兵”。

因此,“消费者后悔权”虽是商家的紧箍咒,但在消费者弱势的普遍语境下,更需要相关部门和消协等社会组织的“撑腰”。有必要建立独立的消费者后悔权仲裁机制,在现有的消费者协会体系的基础上,组建独立的“消费者后悔权仲裁庭”,针对消费者后悔权纠纷的特点,设立一套专门的仲裁规则,明确后悔权纠纷仲裁制度的具体办法,用制度加维权真正使“消费者后悔权”从纸面落到实处。

读者来信

# “问效”、“问责”必须一抓到底

看到滕州市财政局建设新型财政“花钱必问效,无效必问责”(《齐鲁晚报》3月13日报道),笔者首先为滕州市财政局的这个新举措感到新奇。毕竟,在此之前,类似的政策和做法大家恐怕很难听说;其次,作为“管家婆”,他们能够真正沉下心来,从实际出发,制定并拿出既约束自己,又监管、督促其他部门与单位

提高财政资金使用效益,形成“花钱必问效,无效必问责”的公共财政管理体制,实在难能可贵。

长期以来,许多地方的财政“大臣”们受所谓“传统惯性”影响,钱花了不少,效益却不是看不到,就是收效甚微,或者赔本赚吆喝。有的地方则更加“离奇”,管钱的不敢、也不能把好用关。结果,无论

是上项目,还是搞“联营”,被诈骗的血本无归,被“忽悠”的找不着北的事情都不少。

财政局是个大家庭,全市的“柴米油盐酱醋茶”等所有花销都要由它进行“可行性”影响,钱花了不少,效益却不是看不到,就是收效甚微,这才是“花钱必问效无效必问责”的关键所在。

有了好的政策,还只是

“万里长征”走出的第一步。而要彻底打破旧观念,让政策变成牢不可破的规矩,让“问效”、“问责”发挥作用,上级应该支持财政部门打好第一枪,把握准确方向,击中“三公”开支和乱投资、乱开发、乱改造这几个要害的“靶心”,正所謂只要堵住了群众意见最大的关键点,其他工作就容易开展并落到实处。(孙德华)