

评论员观察

涉事餐馆只是在收费单上注明了服务费的价格,但收费单与菜单是两码事。合着事前不告知,菜单不注明,只有到了买单时,消费者才知道还有服务费。这算什么明码标价呢?这明显有宰客的嫌疑,是在消费者的知情权上动歪心思。

一顿饭700元服务费,不能等买单时才明码标价



评论员 张泰来

这服务费可真不便宜。近日,深圳的陈女士在网络发帖吐槽,她和朋友在一家名为潮御茶的餐馆就餐,被收取了高达700余元的服务费,但并没有享受到特殊的服务,“倒酒都是我们自己倒的”。她认为服务质量配不上这个价格。此事引发关注。

在餐馆用餐,享受了服务员的服务,餐馆适当收取一些服务费无可厚非。尤其是在人力成本攀升的当下,餐馆收取服务费是可以理解的,也是可

以被多数消费者接受的。

但是,陈女士一行6人,一顿饭就被收取了700余元的服务费。对于很多人来说,这些钱已经足够6个人好好地吃上一顿,这样的服务收费标准确实不低。陈女士对服务费提出质疑,符合情理。

当然,市场经济时代,在不违背相关法规的前提下,商家可以自行对商品和服务定价。贵可以,但首先要保障消费者的知情权,即使贵得合理,也要贵在明处。其次是既然收取高额的服务费,就应该让消费者享受到物有所值的服务。

可是,涉事餐馆在两点上都没有做好。

其一,餐厅向陈女士收取服务费的理由是提供了1对1的管家服务。可陈女士认为,虽然

包间里有一名服务员,但除了上菜以及把一个响螺焯水之外,全程坐在小隔间里,并没有全程服务。这样的服务,自然称不上是全程服务。

其二,价格法明确规定,经营者销售、收购商品和提供服务,应当按照政府价格主管部门的规定明码标价,注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务项目、收费标准等有关情况。

也就是说,商家收取服务费可以,但必须明码标价。当地市场监管部门也明确表示,服务费可以收,但必须在菜单上明码标价,或者提前告知消费者,否则就是不合理的。

涉事餐馆只是在收费单上注明了服务费的价格,但收费单与菜单是两码事。合

着事前不告知,菜单不注明,只有到了买单时,消费者才知道还有服务费。这算什么明码标价呢?这明显有宰客的嫌疑,是在消费者的知情权上动歪心思。

像潮御茶这样在明码标价上动歪心思的商家并不少见。他们虽然知道必须明码标价,却不愿老老实实执行,要么是将价码标在收费单或者是菜单的隐蔽处,要么是含糊其词,只笼统表明价格,而在规格、计价单位等方面语焉不详,导致明码不“明”。

消费者享有法律赋予的知情权和公平交易权,这应是一切商业活动的前提。明码不“明”看似事儿不大,却是对消费者权益的侵害。这是病,得治。

观点

“高铁上用菜刀削苹果”安全尺度不应止于刀刃长度

6月1日,一则关于湖北武汉高铁上老人携带菜刀的新闻引发热议。有网友称自己在高铁上看到一名老人拿出菜刀削苹果,并在安检时将菜刀藏了起来。对此,12306中国铁路客户服务中心回应称,高铁上菜刀、水果刀等刀刃小于60毫米可以携带。

老人淡定地拿菜刀削苹果,周围乘客却吓得不敢动。菜刀不是水果刀,其体积大、更锋利、更具安全隐患,并且很容易引发其他人的恐慌情绪。从视频画面看,老人使用的菜刀刀刃似乎已经超过了60毫米。明显违禁的刀具是如何通过安检的?

其实,无论问题出在哪个环节,有关部门都需要进一步就此事展开详细调查。既要尽快核实菜刀刀刃的真实长度,又要追问安检工作的实施效果,给公众一个公正客观的答复。单纯丈量刀刃长度,无法体现公众安全的尺度。比起制度本身,人们更想知道制度有没有执行到位,这是避免类似事件再次发生的关键。安全无小事,安检中多一步询问、检查,都是对手无寸铁的乘客多一份保护。据正观黄河评论

“剩菜盲盒”兴起重要食品信息须明示

近日,四川成都刮起了一股“剩菜盲盒”风。“剩菜盲盒”是指餐饮商家将临期食品或当日未售出的库存食品,以“盲盒”形式在软件上打折卖出。对于这种销售形式,业内人士表示,形式挺好,但相关法规需逐步健全。

作为新生事物,“剩菜盲盒”安全问题不容忽视。既然是“盲盒”,就意味着食品信息会存在不透明问题,消费者如果对食品制作时间、保存条件、食用方式等不了解,容易引发食品安全问题。

“剩菜盲盒”刚刚兴起,有些信息可以“盲”,但“明”的地方一定要“明”。生产者可以不告诉消费者盲盒内装的是什么,但是必须告诉消费者它的制作日期,保质期以及如何正确地贮藏、食用。消费者在购买时也要留意相关信息,购买盲盒食品后应及时食用,避免因存储不当等原因导致食品变质。另在购买时应保持理性,切勿贪多,以免造成不必要的浪费。据河南日报

“女友穿婚纱看王源演唱会”绝不能让造谣者逍遥法外

“逆天女友穿婚纱去看演唱会,呃,这事儿发生在我身上了?”日前,“女生穿婚纱看演唱会被分手”相关话题登上热搜,全网话题讨论量超3.8亿。据报道,网友小美(化名)称,婚纱写真照拍摄于去年,被人盗取并造谣,她联系发帖人删帖,对方称帖子删不了已私密处理,并希望她不要报警。如今,该帖子已被删。

博主在帖子中还煞有介事地称:“跟她认识两年多了,我知道她喜欢王源。”如此操作,给人一种真实感。问题是,这是彻头彻尾的谣言,是涉嫌违法的恶劣行为。受害者婚纱照被盗用,还遭受网暴,正常生活严重受到影响。真是“人在家中坐,祸从天上来”。

“网络绝不是法外之地”,绝不是说说而已,谁违法谁就承担法律责任,利用网络侵害他人权益,不能删帖就算完事。如果不依法惩处,就难有震慑效果。净化网络空间,没有完成时;维护公民的合法权益,更需时时在线。据人民网

自来水公司教市民洗澡,是“咸吃萝卜淡操心”



评论员 张泰来

一条关于洗澡次数的建议,引发了热议。

5月29日,四川凉山州会东县自来水有限责任公司发布消息,目前,受降雨量影响,会东县主要饮用水源进入枯水期,加之正值农灌用水高峰期,城市供水面临较大压力。呼吁市民节约用水,并分享了12条节约用水小窍门。其中一条“过于频繁洗澡并不对皮肤健康有好处,每月以2-4次最为适宜”的表述,引发关注和热议。

在很多人的印象中,水,似乎只要打开水龙头就取之不尽用之不竭。事实上,在全球范围内,许多地方都面临水资源短缺问题。从这个意义上说,每个人都应该养成节约用水的习惯。具体到会东县,受降雨量减



少影响,当地供水压力巨大。在这一背景下,自来水公司呼吁节约用水十分必要,也理所应当。

自来水公司呼吁节水可以,但在具体节水形式上没必

要指手画脚。毕竟,每个人的生活习惯不同,对于节水的理解也不尽相同,节水也各有各的“办法”,对此,不宜干涉,也不必建议。

像会东县自来水公司这

样,连要不要洗澡,一月洗几次澡都要建议,大包大揽拿群众当孩子的作派,不但起不到正向作用,反而招致反感。

为了增强说服力,自来水公司还拿健康说事,说“过于频繁洗澡并不对皮肤健康有好处”。且不说此论是否有科学依据,就算是果真如此,这话也该由医疗机构说,而不是自来水公司来说。

如此操作,难免给人以不但要管群众洗澡,而且管得理直气壮的观感。管你洗澡怎么了?还不都是为了你好!这样的建议自然难以起到正向作用。

事实证明,此建议一出,就引来吐槽声一片,没起到说服作用,还冲淡了节水的主题。

此事,对于其他部门也不失为一个警醒。

发布呼吁、建议,要符合身份定位,不要乱发言,也不必过分求细,给群众留足自主行动空间,否则,结果只能是适得其反。

来论

打击网络伪公益,立规矩只是开始

何明

针对有账号以“助农”“助困”“助残”“助老”为由编造不实场景、实施虚假公益等行为,某著名平台官方账号日前发布了关于公益内容治理的最新规范。

该新规要求“账号如在平台发起慈善募捐,主体需持有相关资质并按照规定认证”“无资质的账号不得以任何形式在平台发起慈善募捐,包括但不限于利用电商销售等方式变相募捐”。另外,新规明确要求“公益类账号,不得进行直播打赏、电商销售等营利性行为”。这些规定不仅打中了伪公益的“七

寸”,也以明确的规范要求确保了公益的纯粹性。

慈善公益体现社会的温度,也是衡量社会文明的重要标志。网民在互联网平台看到他人的困难,以个人微薄之力为他人纾难解困,这股“爱心流量”令人感动。但是,也有个别利欲熏心,打着公益的旗号,钻空子、蹭流量、赚快钱,让人感到心寒。

2023年以来,诸如虚假摆拍这样的伪公益事件在互联网平台屡有发生。个别创作者利用虚拟人设、情节、场景、道具等编造不实信息,凸显对立和冲突效果,引发社会关注,借此获取流量甚至变现。比如说,有账号摆

拍发布“姐弟俩被抛弃靠捡垃圾讨生活”,还有账号在大凉山,通过给老人发现金的方式,摆拍悲惨生活并做“慈善”。

伪公益行为欺骗大众,消费爱心,突破了道德底线和法律红线,应及时得到整治。平台有责任也有权利对此进行监管。

制定和完善规则是平台监管的前提。根据《慈善法》《互联网信息服务管理办法》等相关法律法规,该平台更新公益内容治理规范,明确提出了资质的门槛,将那些试图以公益之名变现敛财的账号“挡在门外”。对有资质的公益账号,平台也作出行为规范,尽量厘清公益和营销的边界,让公益的

归公益,商业的归商业。

规则的制定和完善,夯实了平台企业的主体责任。平台积极铲除“垃圾流量”,为公益保驾护航,体现了平台的社会责任心。如此新规来得及时,也应该成为行业的标杆,防止伪公益账号在各平台之间“打游击”。

当然,伪公益现象有其复杂性,随着人工智能技术的兴起和运用,一些虚假信息也披上了更隐蔽的外衣。对伪公益的整治不可能一蹴而就,还需要多方合力,共同治理,持续打出“组合拳”。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com