

观点扫描



烤全羊缩水 监管不能缩水

香喷喷的烤全羊摇身一变成了薅消费者羊毛的陷阱,对于这种缺斤少两的行为,如果不能及时查明真相、予以处罚,透支的是消费者的信心,损害的是市场健康。

2月24日,重庆通报“36斤羊肉烤完剩6.9斤”事件:经调查,该商家从购进活羊到宰杀前,曾非正常持续给羊喂玉米、干草等饲料和水,以达到虚增活羊重量的目的。

这件刷上热搜的消费纠纷,破了大家认知的底线。36斤羊肉烤完只剩个零头,如此高的加工损耗率一时间点燃了网民的造梗热情。商家睁着眼睛说瞎话也让人瞠目结舌,拿羊的所谓个体差异来为自己开脱,“吃草的和不吃草,爱运动和不爱运动,烤出来的样子不一样”,这种歪理背后反映出的是商家的蛮横无理。香喷喷的烤全羊摇身一变成了薅消费者羊毛的陷阱,对于这种缺斤少两,明显背离常识的行为,如果不能及时查明真相、予以处罚,透支的是消费者的信心,损害的是市场健康。

这一回,消费者的较真精神与监管部门的及时行动获得了社会认可。面对商家含糊其辞的说法,消费者选择硬刚,让商家给出理由、给出说法,这是非常有效的办法,与商家交涉的过程就是暴露商家企图的过程。报警,请警察一起现场称重也是在固定事实与证据。事实证明,违背常识的地方往往存在猫腻。消费

者不必因为专业知识的不足就轻易放弃,该较真的时候就要勇敢较真,弄个清楚明白。

市场监管部门则展现了行动的迅速以及处罚的果断。某种程度上说,保障消费者的权益就是对付不法商家最有力的武器,也是在维护市场的信心。要查清商家的问题,监管部门有多种手段,比如询问商家负责人及员工、调取商家进货台账及交易记录、查看现场视频、委托法定检测机构检查计量器具等方式进行核查,完全可以对商家的行为进行精确界定。

节假日本就是各种消费问题、消费纠纷的高发期。重庆发生的这起案件从新闻上热搜到官方公布调查结果,不过短短的一天时间,速度快,“退一赔三”的处罚力度也大。监管部门出手果断、调查措施得力,将对游客的影响降到了最低限度。

这一事件也给相关部门以启示,在发现一起处理一起的果决之外,应该编织起一张由监管部门、餐饮行业协会、专业消费者参与的标准化之网,将餐饮行业计重、计价的方式规范化。36斤羊肉烤完该剩多少斤?不能任由商家自说自话。 高路 来源:浙江日报



年味之新也是发展之新

当物质需求得到充分满足,人们的追求自然转变,年味的内核也随之迁移——身心的放松、精神的丰饶、亲情的滋养,成为新时代年味最真实的底色。

“史上最长春节假期”落幕,人们带着家乡特产和亲人叮嘱,重新奔赴工作岗位。回望这个春节,不少人在走亲访友的间隙会生出一丝感慨:如今的年味,好像和小时候不一样了?

曾经,过年的仪式感似乎更多体现在一件件具体的“物件”上。一桌丰盛的年夜饭、一身崭新的新衣、一声声响彻街巷的爆竹声……这些鲜明的印记,承载着人们对美好生活最朴素的向往。那时,春节是一年中物质生活的“高光时刻”。

随着经济社会高质量发展,物质供给极大丰富,吃好穿新早已从春节专属变为日常写照。当物质需求得到充分满足,人们的追求自然转变,年味的内核也随之迁移——身心的放松、精神的丰饶、亲情的滋养,成为新时代年味最真实的底色。

春节期间,有人举家出游,在山水间开阔眼界,把旅途变成亲子课堂;有人卸下疲惫,在陪伴家人中享受慢生活;有人走进博物馆、文化馆,在非遗体验、书画展览中感受传统文化魅力;有人将父母接到大城市“反向团圆”,让他们解锁了人生第一次飞行……越来越多的人挣脱应酬束缚,放下物质攀比焦虑,遵从内

心感受,用自己喜欢的方式,度过一个真正属于自己的春节。

丰富的过年选择,不仅反映了人们生活水平的提升,也在宏观层面折射发展理念的深刻跃升——从过去侧重投资于物,夯实物质基础,到如今投资于物与投资于人紧密结合,聚焦人的全面发展。

科技的融入,则让这份年味有了新的时代印记。今年春节,人工智能进一步走进寻常百姓家。公园里,小朋友同人形机器人握手嬉戏,在欢声笑语中感知科技魅力;厨房中,老年人借助AI学习做新菜,让年夜饭既有家乡味又有新创意……科技服务于人、便利于人,让不同年龄段的人都能找到属于自己的年趣,这正是新质生产力惠及民生的生动体现。

一代人有一代人的年味,一代人有一代人的幸福。年味,变的是过年的形式与载体,不变的是刻在骨子里的团圆初心,是流淌在血脉中的亲情温暖,更是对美好生活的永恒追求。

带着春节的温暖与蓄力,在各自岗位上踏实奋斗,在平凡日子里认真生活,这便是年味最好的延续。

韩忠楠 来源:人民日报



“代拜年”惹争议 商业创新别越了情感边界

当商业打着“优化便利”的旗号闯入情感与伦理的领地,看似是在帮人省心省力,实则抽走了情感里最不可替代的东西:真实。

近日,UU跑腿推出“代拜年”服务,套餐包括代买年货、代送礼品、1分钟吉祥话祝福,以及引发广泛争议的“行磕头礼”。服务上线后迅速引爆舆论,平台随即火速下架相关项目并承诺三倍赔偿。这一踩中红线的操作,恰恰暴露出当下商业创新中一个频频出现的问题:服务的边界,究竟该划在哪里?

单从需求洞察来看,平台其实没找错方向。春节不少人因各种原因无法返乡,想尽孝却身不由己,代送年货、代贴春联这类服务,确实解决了实实在在的难题,也确实是在“跑腿”的合理范畴之内。

争议从何而来?说到底,是分寸的问题。平台在“可代劳的事务”与“不可外包的情感”之间,模糊了界线。贴春联、送年礼,这些都是“事”,谁来完成差别不大。但拜年行礼并不是一件“任务”,它是一种情感表达,祝福、思念、愧疚等情感,都沉淀在那一瞬间。将这种极富私人意味的仪式拆解成服务项目并明码标价,是把本不该量化的情感强行纳入了交易体系。

服务的本意,是帮人解决困难,而不是帮人绕过该面对的情感。回不了家是客观无奈,但对家人的牵挂与歉

疚,本该是儿女自己去体会、去表达的情绪。平台可以把礼物送到长辈家门口,也可以帮忙调试好视频通话的角度——这些都是在为远方的心意搭桥,让牵挂更容易抵达。但偏偏有些情感节点,是无论如何都无法外包的。

服务的边界,究竟该由什么来决定?或许可以归结为这样两条底线:可以满足需求,但不能突破伦理;可以解决不便,但不能替代责任。有些需求,即便真实存在,也不该被商业化满足——代吵架、代道歉、代分手之所以屡屡招致反感,并非因为没有市场,而是因为它们试图将本应由当事人亲自面对、亲自化解的人际纠葛,打包成“付费即清”的任务。商业的逻辑是效率最大化,而人际关系的维系,恰恰需要不计效率的陪伴、直白朴素的表达,甚至不完美的亲力亲为。当商业打着“优化便利”的旗号闯入情感与伦理的领地,看似是在帮人省心省力,实则抽走了情感里最不可替代的东西:真实。

有哲人说:“我宁愿要真诚的失态,也不要礼貌的冷漠。”守住情感底线,恪守伦理边界,有所为亦有所不为——这既是对商业创新的启示,也是企业行稳致远应有的分寸。 李焱婕 来源:浙江法治报