

非常视点 谁制造了 “致命陷阱”

然玉

近日,武汉一名10岁男孩恒恒掉进下水道并死亡。据悉,吞掉恒恒的无盖窨井就藏在绿化带中,孩子父母开的面馆则在绿化带对面。这处无盖窨井上面铺着一层废弃的广告薄膜,薄膜上盖着绿色防尘网。绿色防尘网与绿色植被浑然一体,此处窨井像极了天然陷阱。记者回访事故现场,发现事发井口被人用共享单车挡着,周边施工路段铺盖着大量防尘网。

沉重的悲剧似曾相识,又和过往有所不同。此次酿祸的同样是“无盖窨井”,但却不是年久失修、疏于管理的市政窨井,而是有着明确责任方的、项目在建工地的窨井。没有任何防护设备、没有任何警戒标识,甚至还掩人耳目地遮盖了一番,此等无盖窨井,完全完全就是一个致命装置。讽刺的是,即便在事发之后,施工方也只是以共享单车挡住了井口——这种极其随意、极其业余的做法,所折射的恰恰是某些建设单位根深蒂固的散漫心态以及“标准化操作”的严重缺陷!该如何提示“无盖窨井”等高危事项,相关的工程规范其实早有明确规定。只可惜,一些施工单位素来自行其是,漫不经心而代价惨重。

合规化管理、标准化执行,是建筑施工杜绝事故的唯一可靠办法。将无盖窨井掩饰成“致命陷阱”,这样的失误、错误,匪夷所思、不可原谅。此事的背后,暴露的还是建筑行业的老问题,比如说从业人员专业化程度不高,多是临时拼凑、短期务工;再比如说安全监理制度形同虚设,某些监理单位巡查工地、排查风险严重不到位。

又一个孩子因为无盖窨井殒命,而这本是完全可以避免的惨剧。杜绝施工事故很简单,只要严格落实合规化、标准化的风控制度就可以了。遗憾的是,很多时候个体的侥幸、懈怠,时常凌驾于那些预设的安全规范之上。事后再看,那些错误愚蠢得离谱,但总还是有些怕麻烦、爱偷懒的“聪明人”做出此等蠢事。所谓建筑工地管理,说到底就是让施工工人遵从规则按部就班行事,若能如此,至少能确保不犯下“无盖窨井变成致命陷阱”的低级失误。

“安全生产这根弦任何时候都不能松”,而对某些人来说,这根弦也许就从来没有绷紧过。工地上的窨井陷阱又吞噬了一条生命,这能让那些常态化麻木的施工单位变得清醒吗?

立德树人也要 不拘一格用人才

胡欣红

近日,杭州电子科技大学的一名宿管阿姨受到学校邀请,担任学校写作公开课的老师。“很开心圆了老师梦。”汤杏芬阿姨如是说。据悉,虽然只有小学文凭,但汤阿姨常年坚持写作,是浙江省网络作家协会的会员,曾6年写6部小说,共计200多万字。(11月11日《北京青年报》)

“高校扫地僧之宿管阿姨”“神州大地是人人展示自己才华的舞台”“标准的逆袭成功,专家教授亦汗颜”……这位神奇的宿管阿姨引发了舆论热议,公众纷纷为之赞叹不已。

宿管阿姨被邀请写课,是平凡人奋斗之后的精彩。虽然只有小学文凭,但汤阿姨在社会这所大学里,刻苦自学写作,6年写6部小说,一跃成为网络作家协会会员和大学写作课老师,真乃传奇励志典范。

网红宿管汤阿姨的传奇故事,离不开自身的不懈努力,更彰显了大学的开放包容。尤其在唯学历论盛行的当下,很难想象有高校能打破常规,邀请一位只有小学学历的阿姨正儿八经地担任写作公开课的老师。一所坚持育人精神,敢于“不拘一格用人才”的高校,无疑值得点赞。

宿管阿姨开写作课,能推广吗?肯定之余,也不乏网友发出了类似的追问。6年写6部小说的汤阿姨固然可以胜任写作课老师的角色,但如果只是个例,未免有些遗憾。现实中,这样的后勤员工,并非个例:被众多学子挽留的“杭电徐妈妈”,一封告别信令人泪崩的华中科技大学宿管金林君阿姨,用心呵护学生16年的浙江农林大学章青阿姨……

这些普普通通的阿姨,用一片赤诚的心和周到的服务,给学生们上了生动的一课,让他们知道怎么为人处世。虽然不是老师却胜似老师,用大爱和大德影响教育了孩子们,可谓功德无量。从这个意义上讲,她们中的每一位都是从从事育人工作的老师。

学校里的每一面墙都会说话,学校里的每一个人更应该承担起育人职责。立德树人,绝不只是书本知识的答疑解惑,更应该教会做人做事,传承爱心。“言教不如身教”,后勤员工的一言一行,在潜移默化中影响着身边的学生,完全可以在育人上发挥自己独特的作用。期待高校能切实俯下身来,更好地挖掘发挥身边后勤员工的育人价值,让立德树人工作更接地气。

本版邮箱

meiripinglun@vip.sina.com

“双11”数据背后真诚更可贵

本报评论员 金雨红

今日社评

今年“双11”迎来自己的第11年,阶段性成交额等各项指标又攀上了一个新高度。来自世界20万个品牌参与了这次全球规模的数字经济体联动,其中有5万个新品牌新商家是首次参加,官方旗舰店集体推出的折扣措施,为用户节省至少500亿元。借着进博会的东风,数千个欧洲品牌纷纷加入“双11”,这也被看做是中欧贸易持续向上的信号。(相关报道见A9版)

“如果你是一个有抱负的品牌,就必须参与进来。”有全球数据分析公司如此说。今年200多个国家和地区的2万多个进口品牌深度参与进来,令“双11”成为国内外消费市场的重要组成部分,更多消费者足不出户“买全球”,与世界人民“共享一个购物车”。“双11”从无到有,见证了互联网技术进步带来的消费热潮和消费升级,巨变背后是中国经济和消费的持续增长。连续5年,消费成为中国经济增长的第一动力,更重要的是,消费升级体现了产品品质的提升和创新,美妆个护、鞋包服饰、手机数码与家用电器等成为“双11”新品快速发展领域,新消费带来的内需潜

“双11”本质是让利促销的购物活动,恰当的营销方式既可以优惠消费者,又可以提升品牌形象。廉价与虚假宣传刺激“套”得了消费者一时,赢不了企业长久发展。购物狂欢并不是盲目买买买,商家营销策略应多一点真诚,少一些套路,只有健康持久地获得消费者信赖,才能让“双11”不断创造世界电商的中国奇迹。

力释放刚刚开始,未来可期还有不少提升空间。

创造巨额成交量的购物狂欢,与“双11”每年花样繁多、层出不穷的促销方式密不可分。预售、秒杀、满减、叠加、领券、返现、津贴、签到、定金、送礼……令人眼花缭乱,这些手段既被消费者津津乐道,又被消费者吐槽诟病。今年,利用社交网络裂变变特点,电商又推出“组队盖楼PK”“建群助力抢红包”等挖潜方法聚集人气,冲流量冲销量。玩法越来越复杂,为了争取最低价格,消费者需要“烧脑”计算各种优惠规则,还要防范一些商家的各种套路。先涨后降、不降反升、虚假宣传等“陷阱”,让消费者避之不及。

直播带货在今年的营销方式中异军突起,成为品牌商家的最大增长点。以美妆行业为例,直播商家数量成倍增长。数据显示,12万主播每日几乎不间断地轮番直播,为品牌带来了传奇般的巨额销量。直播带货像是手机时代的“电视购物”,网红主播体验式促销手段极具感染力和诱惑力,消费者购买商品更像是参与虚拟陪伴的慰藉,容易冲动下单。

电商平台已不仅仅是一个购物平台,更是大量新技术、新产业、新业态、新模式起源地。根据今年“双11”购物消费特点,为保护消费者利益,市场监管部门动作更加主动。“双11”前夕,国家市场监督管理总局召开规范网络经营活动行

纵深话题

“双11”大促不适合校外教育培训机构

蒋理

“好课低价,错过再等一年……”“双11”战火已燃烧到教育领域。11月初,众多教育机构纷纷启动花式促销。各家采取什么玩法?优惠力度究竟有多大?对教育产品来说,参与“双11”促销意味着什么?在多位业内人士看来,教育机构是在抓住时机做营销做业绩,也有人认为,机构不过是在“凑热闹”。

“双11”会是教育培训机构的一次营销机会,但是,却不见得会有多么好的效果。按国家规定,教育培训机构一次收费不得超过3个月,因此,这会大大限制培训机构的促销力度。以往的促销往往都是一次缴一两年的课程费用,获得更大的折扣,而且,家长购买培训课程,也更看重课程的质量,而非特别在意获得培训的优惠,完全没有必要为获得优惠而“下单抢课”。这其实也是教育培训产

品不同于其他消费品的特点,要求教育培训机构重视提高培训的质量,而非把更多精力用于营销上。

营销成本过高,是线上线下教育培训机构存在的共性问题。这也反映出培训机构的短板:在培训内容上,很多进行中小学学科培训的机构,提供的培训产品同质化,在产品缺乏特色时,就比营销。这既推高营销成本,又出现彼此诋毁的恶性竞争,以及不择手段刺激家长的焦虑营销,对整个培训行业的形象与品牌建设是不利的。

面对“双11”的火爆,教育培训业也曾经幻想,能否打造类似淘宝的培训业“航母”,并“反思”培训业虽然也有上市公司,但是没有“超大大巨头”。这是简单把教育培训产品和其他消费品对比产生的错误想法。购买培训(知识)产品和购买牛排是不

一样的,购买培训(知识)产品,是需要学习者(消费者)花时间认真学习,才会有收获;而购买牛排,收到货之后马上烹饪就可享受美味。而且,从受教育者的教育需求看,也是个性和多元的,不管是办学校,还是举办教育机构,都不应该强调规模和体量,而应该重视受教育者的个性化和差异化。

也就是说,教育的属性就决定了教育培训机构不能像办工厂那样办学校(教学点),不能实行快速规模扩张。在在线教育兴起时,曾有不少投身这一领域的资本和机构负责人宣称在线教育将颠覆传统教育,而从过去这么多年在线教育发展的实际情况看,这就是无视教育属性的“炒作”。在线教育根本不具备颠覆传统教育的能力,恰恰相反,只把线下教育资源搬到线上的在线教育,是在放大传统教育的弊端——传统教育的最大弊端就是讲授、

灌输,对传统教育的改革,是进行交互式、探究式教学。由于受教育者更需要个性化教育,因此,强调规模的在线教育并不受欢迎,这最适合职业技能培训,这也是为什么很多在线教育机构很难找到盈利模式的根本所在。

当前,我国正对校外教育培训机构进行规范,校外教育培训机构也将迎来转型期。要从以前重视规模扩张,转向重视质量与品牌,重视师资建设、课程建设、品牌建设,这样的校外培训机构,才能更好地扮演其给受教育者提供校外差异化选择的角色。国家要求培训机构必须有自己的专任师资队伍,不能从学校聘请教师兼职,一次收费不能超过3个月,就是防止培训机构搞营销促销抢单,而不重视质量建设。培训机构要以质量吸引消费者,而不是先把消费者圈进来再说。

携号转网须消除“可能的风险和损失”

丰收

从10日开始,三大运营商携号转网服务正式进入试运行阶段。11日,工信部印发的《携号转网服务管理规定》要求,电信业务经营者在提供携号转网服务过程中,无正当理由不得拒绝、阻止、拖延向用户提供携号转网服务。

携号转网是尊重消费者选择权、促进市场竞争的公认的好政策。过去,由于制度、技术等方面的原因,携号转网在部分地方试点的效果有限。今年国务院《政府工作报告》提出了在全国实行携号转网的要求,如今正在全国落地,北京等地的用户已经能够办理此项业务。而最新印发的《携号转网服务管理规定》,则为这项服务提供了制度支撑。

该《管理规定》取代了2014年制定的《移动电话用户号码携带试验管理办法》,共有15条规定。对消费者而言,尤需关注第七条和第九条。第七条规定:电信业

务经营者应当通过适当方式明确告知用户办理携号转网服务可能面临的风险和损失,并获得用户确认。显然,这条规定保障了消费者对于风险和损失的知情权,便于理性选择。

第九条则规定,电信业务经营者在提供携号转网服务过程中,9种行为是明确禁止的,包括无正当理由拒绝、阻止、拖延向用户提供携号转网服务;用户提出携号转网申请后,干扰用户自由选择等。一旦消费者遭遇这9种行为,可通过行政或司法渠道维护自己的权益。同时,这9种行为也是电信运营商的“红线”,一旦逾越,后果将自取。

不过,把这两条规定放在一起解读,可能会发现某些漏洞。譬如,如果运营商以第七条中的“风险和损失”故意“干扰用户自由选择”(第九条),这算是合理干扰还是违规干扰呢?假如某些运营商罗列一大堆携号转网服务可能面临的风险和

损失,恐怕部分消费者就不敢转网了,因为运营商告知之后,转网的风险只能由消费者自己承担。

从运营商的角度讲,显然不愿意看到自己的用户流失。一方面,三大运营商移动电话用户接近16亿户,每家运营商增量空间都很小,只能想方设法挽留存量用户;另一方面,存量用户也是运营商参与“5G大战”的基础和优势。之前部分用户在办理携号转网过程中曾遭遇重重阻力,今后不排除运营商把“风险和损失”作为阻拦“武器”。

携号转网作为一项新服务,存在可能的风险和损失,是很正常的事情。如果运营商以此作为借口夸大风险和损失,估计部分用户会被“合理合法”地阻拦。而要想不让运营商钻漏洞,办法只能是,风险和损失有哪些,由权威部门进行经常性评估并公开结果,以防止运营商肆意夸大;更重要的

是,应该对症下药降低相关风险和损失。

从之前部分消费者的体验来看,携号转网的主要风险有:在办理转出的过程中4G网络会降为2G,在这期间手机无法正常使用;还有运营商告知,转网失败可能会影响微信、QQ、银行、淘宝等第三方验证码及短信接收,转网后只能到营业厅或运营商官网进行话费充值等等。部分消费者就因为这些风险,最后不得不放弃携号转网。

不难看出,携号转网的风险和损失主要来自技术。工信部相关负责人今年7月表示,全国携号转网推广技术方案确定,网络系统建设改造、网间互联互通及服务提供等工作统筹推进。业内专家透露,技术问题已解决。但在全面实行携号转网语境下,技术问题会不会带来风险和损失仍需观察,最好彻底消除风险,不给运营商借口。

一种说法

强迫办卡者获刑是对宰客行为的最大震慑

史春楚



标明价格的产品,不知不觉地接受某项服务。结账时方发觉上当受骗,需要支付高额价款。受骗后又基于面子不愿声张,忍气吞声了事,以至于上当者越来越多。

而且,一些职能部门模糊自身定位,属于民间纠纷为由漠视消费者的投诉举报,很少动真格地调查并处罚宰客行为,以至于这些不法者愈加嚣张,将宰客当作生意来做。要知道,不明码标价、诱导消费者

本来就是违规行为,应受行政处罚,如果诱骗的金额较高的话,还可能构成诈骗罪。

进一步而言,如果在消费者发觉受骗后不愿支付价款的情况下,行为人以暴力、胁迫方式迫使消费者交出与该商品或服务市场价格相差不大的财物的话,则涉嫌构成强迫交易罪。要是一些经营者以相关商品和服务为幌子,采用暴力、胁迫手段迫使消费者交出与合理价钱、费用相

差悬殊的财物的,则可能构成抢劫罪。也就是说,像理发店这种宰客行为,轻则违反行政法规,重则构成刑事犯罪。要是职能部门能够做到凡有投诉举报一查到底,露头便打的话,绝不可能出现如此频繁的理发店宰客现象,以至于此类事件每隔一段时间都会发生,而且不分地域,到处都有可能发生。

此次,有关部门追究宰客行为人的刑事责任,既是开了一个好头,也从侧面说明一些职能部门之前存在不作为、慢作为现象。理发是居民生活中的小事,又是每个人都离不开的大事,对理发的消费体验更关乎人们对社会治理水平的评价。因而,绝不可将理发行业的宰客行为视作小事,而应关注这一事关民生和民众安全感的“痛点”,强力打击宰客行为,让行为人为付出代价,让人们不再遭遇“天价理发”。

漫画/陈彬



下载北京头条App
让现在告诉未来

主编/洪洪其 编辑/王晓东 美编/邓宁 校对/李萌