

诚信底色关乎消费信心与市场健康

本报评论员 吴迪

报告和造假“一条龙”服务……一年一度的央视“3·15晚会”曝光了不少涉嫌虚假宣传、以次充好的产品，都与公众日常生活、公共安全密不可分。据国家市场监督管理总局消息，涉事地方相关部门和执法力量已第一时间介入调查，部分涉事企业责任人被控制，相关调查工作正在进一步开展中。

上述曝光触目惊心，一些商家无底线“背刺”消费者，危害极大。比如，一次性内裤已经成为不少差旅人士、孕产妇、老年人的常备品，“老人孩子都适合吃”的虾仁是直播带货的热门商品，但它们背后都有不为人知的另一面——材质为“漆”却标注为“棉”、无任何杀菌处理却宣称“EO灭菌”、“泡药”十几个小时却承诺“0保水剂”……不难发现，这些商品的信息和卖点几乎都是以零门槛、零成本的方式“按需”随意标注的，商家“说什么是就是什么”，消费者无从考证。如此不诚信的操作之下，不知有多少消费者上当受骗、接连踩坑。

这些问题产品频频出现，原因是多方面的。比如，消费者的知识盲区——对消费者而言，如何识别、防范食品领域的“科技与狠

活儿”一直是难题，在此番“3·15晚会”中，有企业责任人直言不讳“顾客不懂”；职能部门的监管乏力——虽然近年来职能部门加大了对线上业态的监管和查处力度，但互联网经济的跨地域特征很大程度上限制了地方职能部门的监管触角，同时依托互联网的交易点多面广，识别和查处确实不易；恶性竞争和价格内卷——诸如卫生用品、网红食品等，直播电商为其拓宽了销路，也带来更激烈的竞争，诸如建材产品，往住种类繁多、价格混乱、“肉眼无法区分真伪”，于是，价格战愈演愈烈，产品质量和诚信底色不断“缩水”。

当价格“内卷”难以抵挡，消费者便可能为各种“价低质劣”的商品买单，进而承受健康危害、安全风险。据应急管理部统计，国内重大火灾案例中，因线缆引发的火灾占50%以上，居各类火灾之首，全国近十年来发生因电缆着火蔓延成灾的重大事故逾百起。更令人忧心的是，一旦劣币驱逐良币形成气候，正规企业的生存发展便会面临严峻挑战，进而触动整个行业和市场的发展。

每一个被曝光的消费陷阱，都可能是监管未曾触及的盲区。希望有关方面能够紧盯

新苗头、新问题，找准痛点，让常态化打假深入线上线下各个角落，用更有针对性的举措提升监管质效，把“3·15”的一夜出击变成365天的守护，不断回应公众关切和期待，呵护消费信心。

今年的政府工作报告明确了2025年的政府工作任务，第一项便是“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”，要求加快补上内需特别是消费短板，使内需成为拉动经济增长的主动力和稳定锚。某种角度上，无论是消费还是内需，都对方方面面的产品质量提出了更高要求，说白了，东西好才能有买家，人们才会乐于消费。今年的政府工作报告还提出，综合整治“内卷式”竞争。这释放了遏制相关企业参与价格内卷、恶性竞争，激励企业回归品质、积极创新、健康发展等鲜明信号。

撕下“挂羊头卖狗肉”的面具，铲除“开门做生意，宣传全靠编”的生存土壤，促进消费市场信息更公开透明，让诚实守信、货真价实不难企及，是打击个案之外更须关切的问题。让人们消费更放心更有信心、让经济社会发展更有秩序，功夫须用在当下。

微短剧不能异化成 挥向老年人的“收割锯”

戴任

据3月16日第一财经报道，近日，江苏一位老人因沉迷短剧，3年间斥资3.4万元积蓄充值解锁更多剧集。令人不解的是，多数充值行为都是在老人一知半解下进行的，甚至还在不知不觉中开通了扫脸支付，让付费变得更加容易。然而，实际退费却异常困难，不同的微短剧小程序之间来回跳转、责任主体分散各地，打一枪换一个地方……微短剧市场的“吸金”乱象正被推向风口浪尖。

微短剧市场迅猛发展，同时也伴随野蛮生长。时间短、故事情节“简单粗暴”，吸引了不少观众。“韭菜”长起来了，下一步自然就是收割——一些微短剧小程序存在诱导消费、自动续费等问题，消费者投诉难、退费难。如有网民称，有的小程序“换了马甲”或下架视频，维权极其困难。

在诸多受害者中，中老年群体是微短剧“套娃式吸金”套路的“重灾区”。随着互联网普及率不断提高，越来越多中老年人触网，丰富多彩的网络世界让他们更容易沉迷，然而，对网络的不熟悉也让他们动辄成为各式陷阱的受害者。比如，一集微短剧往往只有一两分钟时长，解锁下一集需要一定积分，而积分需要用虚拟币购买，虚拟币又由充值获得，一连串操作下来，中老年人往往就入了套，不仅算不清楚一集折合多少钱，也不清楚支付的费用是如何流转的，稀里糊涂就成了被割的“韭菜”。

给中老年人支撑起一片清明的网络空间，在管理上，需要从国家到网络平台等相关各方的重视。比如针对微短剧诱导付费等乱象，平台、监管部门要尽好相应责任。如平台要规范微短剧入驻方的收费标准、方式，以满足消费者知情权、选择权为先，强化告知义务；相关部门加大对“适老化网络陷阱”的识别和打击力度，保护广大老年网民的合法权益。在内容供给上，要增强优质精神文化内容的供给，鼓励创作方更多重视优质银发内容的挖掘，对粗制滥造、抄袭、价值观歪曲等现象予以打击惩戒。

在“互联网+”时代，需要“等一等老年人”的不仅是网上冲浪的体验，还有由线上到线下的实际权益。让老年人更好融入网络社会，数字时代，这是全社会都要做好的“功课”。



“抢人留人”的密码是城市与人才同频共振

丁慎毅

3月13日，广东省广州市南沙区出台若干措施，宣布面对在校生和应届毕业生推出一揽子人才政策：在校生来南沙考察可享3晚免费住宿，应届生（含离校两年内未就业的高校毕业生）面试7晚全免，入职或创业再享15晚“过渡期”免费住宿。（见3月15日红星新闻）

南沙区的做法是城市新一轮“抢人大战”的一个缩影。当前，不少城市的人才竞争渐渐从人才补贴、住房补贴，优待落户等“老三样”，递延到求职路费补贴、求职免费入住、配套服务等“新三样”。“老三样”叠加“新三样”，可见各地争取人才的诚意满满。

大学生从校园到社会，从求学到立业，是

一个转换期，也是一项艰巨的挑战。这一阶段，他们需要精心引导，需要悉心帮扶。比如，北京推出“阶梯式安居体系”，年轻人到相关区域求职，可享受“求职7日免费住宿、实习3月免费短租、就业3年优惠长租”等优惠政策；上海符合条件的应届毕业生，可每年免费累计居住15天，覆盖毕业前1年至就业后两年群体；深圳喊出“只收梦想，不收租金”的口号，为求职毕业生提供15天免费住宿；浙江宁波除了免费入住7天的人才驿站，还有可到机关企事业单位带薪实习的机会，求职期间30天免费坐地铁……

人才竞争的下半场，城市服务的完整度与延伸性至关重要。为此，各地需要对青年人才成长规律进行科学把握，深度体察其生存发展的痛点，从“管理思维”向“用户思维”转变，从“阶段政策”向“延伸服务”跨越。一

“门面”

据央视新闻报道，前不久，上海普陀警方接到居民报案，称自己到一家挂着某平台必吃榜牌子的餐厅吃饭，但菜品和服务都不及预期，上网搜索后发现平台上根本没有这家餐厅。警方调查发现，该餐厅店内所挂牌匾系网购所得，平台表示未授权任何第三方来制作和销售必吃榜牌匾。

必吃榜依托用户贡献的海量真实消费评价数据综合评选而出，是消费者发现美食好去处的重要参考。为满足餐厅经营者引流愿望，一些网店竟制售假冒必吃榜，令公众大跌眼镜。近年来，从伪造、冒用质量认证标志，到公开出售“进口水果标签”，一个个本该让人信任、放心的标识成了谎言，荒唐又讽刺。如今在国家大力提振消费的背景下，斩断类似欺世盗名勾当背后的黑灰产业链条、加强针对性监督和治理，更显必要和紧迫。用假冒必吃榜来充点门面，本质是欺骗。建立一个投机无门、消费无忧的市场环境是公众的共同心愿，希望这样的期待早日成为现实。

李法明/图 乐群/文



“一张票管3天”： 门票经济一小步，旅游经济一大步

丁家发

3月13日，广西出台《广西国家A级旅游景区“一票3日使用制”实施方案（试行）》，规定游客从第一次入园之日起算，3日内可持该门票再次进入景区游览。《方案》实施时间自2025年3月17日起至2026年2月28日止，劳动节、国庆节、春节3个法定节假日日及相应调休日除外。（见3月14日《南宁日报》）

门票当日有效或一次有效，是目前各景区的一贯做法。在一些面积较大或旅游项目较多的景区，这种限制往往无法令游客尽兴。广西实行“一票3日使用制”，可以让游客有更充足的时间，多次进入景区从容游览，或停留在当地消费。此门票创新之举，有助于地方旅游经济发展，值得点赞。

地方发展旅游经济，不仅要靠景区门票的经济收益，更包括吃、住、行、购、娱等多个相关产业的综合收益。景区门票实行“一票3日使用制”，延长了游客在当地停留游玩的时间。一方面，游客在3日内可以多次进入景区，能够从容地游览景点，体验更多项目，大大提升旅游体验；另一方面，游客留在当地，住宿、购物及娱乐等诸多消费，可以为当地相关产业带来经济收益和发展空间，可谓双赢之举。

近年来，各地文旅业竞争激烈，在淄博、哈尔滨等城市爆火出圈后，很多地方都跃跃欲试，希望自己成为下一个接住“泼天流量”的地方。从这些城市的服务创新看，一个重要的成功密码是从“菜单式”服务进阶为“点单式”服务，即从“爱玩不玩，就这些”的姿态变更为“你要什么我就提供什么”的“听劝式”服务，抓住人的感受。在此理念下，诸如“一票3日使用制”“免门票”等创新，可以缓解游客“特种兵式旅游”的疲惫和浅尝辄止的不甘，以看似少赚了钱的“支点”，撬动了地方文旅的经济大账，这种理念值得更多地方应用到更多文旅产品中。

“一张门票管3天”，利于游客的小举动或许可以激发“蝴蝶效应”，带动当地吃、住、行、购、娱等消费，助力地方旅游经济高质量发展。这样的探索，多多益善。

媒体声音

◇“消亡论”误读了时代对文科的需要

一段时间以来，前有世界名校裁撤文科课程，后有国内高校降低文科招生比例。有媒体因此抛出“文科消亡”论调。《科技日报》评论说，高校对文科课程进行调减背后有其现实考量，但这绝不是文科式微或走向消亡的标志，而是其顺应时代需求转型发展的前奏。人文社会科学是人类社会发展的基石，真正的危机不是文科消亡，而是技术发展失去人文的牵引和制衡。当代高等教育应当借鉴蔡元培先生提倡的“沟通文理”，走“融合发展”之路，结合社会实际问题，促进文科与理工科协作，提供更全面深入的解决方案。

◇“无理由退换酒店”这笔账怎么算

近日，三亚出台新规，明确非法定节假日期间，住宿业应遵循客房入住前7日以上可无理由全额退款规则。《北京日报》评论说，消费者购买后若随意变动，显然会增加酒店的成本，因而酒店往往会设置不同的取消政策。但有的酒店有意拉长“不可取消”的期限，被消费者怒斥为“霸王条款”。三亚从顶层设计上赋予了消费者“后悔权”，同时预留了一定缓冲期，为商家提供了灵活安排经营计划的空间，体现了公平。通过做精服务，让“流量”转化为“留量”，一定能够为经济社会发展增添更多活力。

◇生态治理也要关注“小角落”

不久前，浙江义乌有关部门查获一辆刚通过年检却黑烟滚滚的柴油货车，调查发现，系检验机构违规出具了合格报告。《人民日报》评论说，作为机动车年检中的关键环节，环保检测本是降低污染物排放和能源消耗的重要举措。然而，部分检验机构通过使用作弊器、擅自改装乃至换车替检等方式，让一些车辆“带病上路”，影响了大气污染防治攻坚战成效。杜绝环检造假，还需继续重拳整治，建立和完善机动车排放检验监管体系，引导检验机构不断提高检测数据的真实性和准确性。（陈曦 整理）

筑牢预付式消费维权的法律后盾

释瞄准上述问题常见的追责主体认定难、退卡难、转卡难、举证难等症结，完善了裁判规则，让消费者在预付式消费关系以及维权过程中处于更加公平、有利的位置，给消费者筑牢了维权法律后盾。

比如，商家卷款跑路以及追责无门是消费者的最大痛点。司法解释明确了“卷款跑路”商家应承担的惩罚性赔偿责任、刑事责任和清算义务人不依法清算时应该承担的责任，给商家戴上了更紧更重的“紧箍”，用更大的责任代价对商家进行惩戒。针对一些商家租用场地经营发卡、借名发卡、在特许经营关系中发卡又卷款跑路、拒不退费等问题，司法解释规定在满足一定条件时消费者有权向场地出租者、“出借”营业执照或名义的商家、特

许经营者追责，拓宽了消费者的维权空间，有助于消费者提升维权成功率，也能增强关联方对发卡商家的监督制约。

此外，退卡难也让很多消费者备受困扰、倍感无奈。能否给消费者在缴费后“七日无理由退款”的后悔权？这是很多人的呼声。缓解消费者与经营者之间信息不对称问题，规制过度劝诱、欺诈骗销行为，给消费者行使退款权提供更多路径、更好保障，此番司法解释的相关内容和实际效果值得期待。

近年来，在日常预付式消费中，消费者遭遇的痛点可谓“一箩筐”。为了回应公众诉求，不少地方探索出台了地方性法规或政策，对预付式消费模式增加了诸多约束，如

李英锋

据3月14日中新社报道，近年来，健身房、美容美发店、教育培训机构等预付式消费领域频现纠纷，为回应社会关切，加强消费者权益保护，引导经营者诚信经营，3月14日，最高人民法院发布《关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》及涉预付式消费典型案例，进一步完善了裁判规则，明确并强化了经营者以及与合作者关联方的多项责任。

在预付式消费领域，霸王条款、拒绝退费、卷款跑路等是老生常谈的问题，消费者常常陷入维权困境。最高法出台的司法解