

时评

预售模式莫成“宰客利器”

□ 戴先任

近年来,随着互联网电商快速发展,为争夺消费者市场,减少库存损耗,快速回笼资金,越来越多的电商开启预售模式。尤其到了每年“双11”,这种模式更加成为电商“攻城略地”的法宝之一。然而,记者近日调查发现,预售商品发货时间长、不退不换“霸王条款”、无货被退款、消耗买家期待值等,成为预售模式备受消费者诟病的几大问题。(《法治日报》11月2日)

越来越多的商家开启预售模式,是为了减少库存损耗,快速回笼资金等。不可忽视的是,预售模式也让商家在一定程度上掌握了“交易主动权”,商家对消费者根据其消费意愿细分,在制订价格和确定发货时间的问题上,消费者只

能被动接受商家的安排,失去了“议价权”,商家也成功将风险转嫁到了消费者身上。这样的预售模式对商家有利,商家自然趋之若鹜。

但正因商家通过预售模式掌握了“交易主动权”,也让一些商家变得更加有恃无恐。比如预售商品发货时间越来越长,一些商家还推出不退不换、不确定发货时间等“霸王条款”,甚至还有商家收到预售款后“跑路”的情况发生,这些都损害了消费者的合法权益。电商预售模式成了少数商家的“宰客利器”。

《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日内无理由退货。除退款外,消费者还有权向商家提出赔偿。预售模式商品不退不

换,明显违反了相关法律法规,侵犯了消费者的合法权益。

预售模式本无可厚非,但商家推出的预售模式必须尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权,要明确告知预售时间,不能制定“霸王条款”。平台也有责任督促商家履约,对商家推出的预售模式,要能加强监督和管理。市场监管部门对预售模式中存在的乱象也要加大惩治力度,同时有必要进行规范,更好遏制预售模式乱象。消费者也要增强维权意识与防范意识,尽量把“交易主动权”掌握在自己手中,要理性消费,对预售商品要慎重购买,权益受损时,勇于维权、依法维权。

(作者为湖南自由撰稿人)



王成喜/漫画

画中话

随着年龄增长,很多人会有白发的困扰,为了美观也会尝试各种方法处理白发。近日,一女子在美容院花4万元买疗程“消灭白头发”,结果发现实际上是拔除白发的新闻登上热搜。律师称这明显属于虚假宣传,中国科协称切勿听信网络上治疗白发的特效药。(《北京青年报》11月2日)

活外音
宋鹏伟

新闻:今年,市热力集团扩网521万平方米,新建供热管网50余公里、热力站41座,目前,全市集中供热面积2.18亿平方米,有1800余座热力站,2.4万余个监控点。如何维护正常运行、安全生产;主城区哪儿热了、哪儿凉了,如何及时了解、迅速反应……11月1日上午,记者在太原市集中供热调度中心找到了这些问题的答案。(《太原晚报》11月2日)

旁白:智慧城市,就要确保公共服务万无一失。

新闻:近日,河南郑州的陈先生反映,2年来无法正常进出小区,只能“蹭脸”跟随其他业主回家,最主要的原因是小区物业安装人脸识别的门禁需要“刷脸”,而他担心自己的信息被泄露,所以没有备案。面对媒体关于物业强索人脸识别是否合法的质疑,该小区物业公司表示,已面向全体业主进行了民意调查,少数服从多数,大多数业主同意。(北青网11月2日)

旁白:啥事都能“多数决”?

新闻:日前,全国人大常委会会议表决通过关于修改审计法的决定,其中,领导干部自然资源资产离任审计的法律地位首次得以明确。新修改的审计法不仅让自然资源资产审计上升到法律层面,也让“生态账”这个新名词越发耳熟能详。专家认为,将自然资源离任审计写入法律是生态文明建设的重要举措,有利于引导地方党政负责人调整自己的政绩观。(《新华每日电讯》11月2日)

旁白:以离任审计倒逼生态环境改善。

投稿邮箱:tywbplb@163.com

用餐也要讲文明

文明
微评

□ 徐曙光

近日,笔者去一家酒店喝喜酒。就餐过程中,只见身旁的一位中年男子对着餐桌一连打了好几个喷嚏,同桌的几位客人碍于情面又不好意思说出口,只能面面相觑。好在经过妻子提醒,这名男子才觉得有些不好意思。

现实生活中,少数人不太注意餐饮卫生和用餐文明,每每去饭店酒家吃饭,或参加婚庆宴席场合时,或大声聊天,或不使用公筷公勺,或咳嗽、打喷嚏等不自觉防护,不仅影响他人,还可能将病毒传染给同桌食客,很不文明。

用餐也要讲文明,尤其去饭店用餐时,一定要注意小节,如自觉使用公筷公勺,不大声喧哗,若身体不适尽量不出外等,自觉约束自己,做一个文明的用餐人。

