www.shfzb.com.cn

拒绝"山寨维修"需共同发力

□关育兵

近日,家住北京市昌平区的小靳维修空调时遇到了麻烦。由于家里的空调制冷效果不理想,他通过网络平台找到维修人员来加氟。加氟的4台空调中,两台制冷效果有所提升,但另两台空调加氟后没有效果。进入酷暑季节,空调、电冰箱和热水器等家用电器高负荷运转,很多居民家中的电器出现需要维修的状况。随着维修需求的增多,"山寨维修"问题日益凸显。(7月21日《工人日报》

"山寨维修"问题多,不仅 有像小靳一样解决不了问题的, 还有漫天要价,刻意夸大家电故障问题的严重性,过度维修,从中牟利的。这些虽然让人怨恨,但说到底还只是解决不了问题、多一些经济损失,最让人担忧的,是使用来路不明的小作坊配件,引起电器更严重的问题,甚至威胁消费者人身安全的。

解决"山寨维修"乱象,离不 开家电维修"正规军"发力。售后 服务不仅是企业应该承担的责 任,也是培塑品牌形象的重要 手段。因此,对于家电品牌来说, 哪怕是赔钱赚吆喝,也需为消费 者提供便捷的维修服务。能够赚 到"吆喝",也是品牌的形象宣传, 能够提高消费者的品牌信任度和 忠诚度。从这个角度来看,品牌要注重维修服务,对指定维修点加强监管,增强力量,提高维修质量,创新售后服务方式,切实满足消费者的需求,为消费者的再次购买埋下"伏笔"。

打击"山寨维修"乱象,需要监管部门发力。"山寨维修"并非来无影去无踪的,有诸多线索可以查找。因此,相关部门应当加强对维修市场的监管力度,对损害消费者权益的"山寨维修"或少了。到实维修消费者的合法权益。打击得多了,"山寨维修"就少了。2012年起施行的《家电维修服务业管理办法》明确规定:家电维修经营者应在经营场所显著位置悬挂

营业执照,明示服务项目和家电配件的收费标准、质量规范、质保期限以及投诉电话。对于这样的规定,必须落到实处。

拒绝"山寨维修",也需要消费者自身努力。官方售后维修点的正规维修,一般有较规范的收费标准,对维修责任和质量也可以溯源。因此,对于广大消费者来说,不能贪图一时的方便省事,选择维修"正规军"是保护自身权益的最好方法。在信息发达的今天,寻找维修"正规军"的联络方式并不困难。即便贪图省事,对于上门服务的维修人员,消费者也要主动询问故障及相关收费项目,保留好相关维修凭证,以便发生问题时合法维权。

一针见血

防范养老诈骗,还需注重精准宣传

]黄齐超

嘘寒问暖推销"特效药", 成本几十元的药,卖给老人是数 千元。老人们花数万元购口服 液,买完却懊悔。7月22日记 者从北京海淀警方获悉,一针对 京城老人的保健品诈骗团伙被成 功打掉。自公安部夏季治安打击 整治"百日行动"开展以来,海 淀公安分局紧盯影响人民群众安 全感的突出问题,加大对养老诈 骗等违法犯罪打击力度。(7月 22日《北京日报》)

老年人由于教育水平普遍不高、数字设备使用能力不强、信息分辨能力较差等原因,往往容易成为诈骗团伙的"头号靶子"。因此,老人是诈骗的重灾区,相关的报道时常见之于网络以及报端,类似的案子更是屡见不鲜。

鉴于老人是诈骗的"重灾区",公安部今年夏天开展的夏季整治"百日行动",就把涉老诈骗当成了一个重点,并且取得了良好效果。最高人民检察院发



资料图片

布的数据显示: 今年1月至6月,全国检察机关共起诉涉养老诈骗犯罪767件1863人,以养老产业为名实施犯罪的827人,其他涉养老诈骗1036人。

光靠公安部的严惩打击,还

远远不够;防范涉老诈骗的下半场,我们还应当把广告宣传进行到底。窃以为,防范诈骗的宣传,就应当对准老年群体,帮老人们识破骗局,才能降低上当受骗的概率。现如今,社会上的反电诈宣传如火

如荼地,进学校、进社区、进企业、进工厂、进网络等,这当然是好事。但是,如果是涉老的反诈骗宣传,还应当更精准一些——走进养老院、走进社区,直接抵达老人群体。

再者,除了精准地找到了老年 人群体,还可以借助抖音、快手等 老年人喜闻乐见的短视频平台,传 送防诈骗内容;而且,编制的防诈 骗视频还可以贴近现实的新鲜事 例、以京剧豫剧曲剧等形式,能得 到人耳人心的效果。当然,这需要 老龄委、文明办、公安、电信等相 关部门同心协力;同时,创作内容 也应当是防诈骗的精品。

显然,老年人成为电信诈骗的 重灾区,是亟需特殊关爱和帮助的 群体,也是我们反诈骗的着力点。 反诈骗宣传是一项系统的社会工 程,需要全社会共同参与。不过, 涉老诈骗的宣称更应做到精准高 效,有的放矢。期待着我们共同努 力,帮老人提高防范诈骗意识,增 强防诈骗能力,更期待天下无诈, 老人无忧。

金玉良言

完善预付费监管机制,遏制"跑路"乱象

□吴学安

日前,北京市人力社保局会同市金融监管局、人民银行营业管理部、北京银保监局联合发布《北京市专业技术类职业资格考试培训机构单用途预付卡预收资金监管细则(试行)》(以下简称《监管细则》),在全国率先开展单用途预付卡预收资金监管。《监管细则》即日起实施,首批纳入包括建造师、执业药师等在内的24个专业技术类职业资格考试培训项目,并将动态调整。(7月23日北青网)

近年来,教育培训机构发展 势头迅猛,但也出现了不少预先 收取高额培训费后"人去楼空" 的现象。尤其是一些机构将预收 的学费当作金融杠杆,盲目扩大 规模,导致资金链断裂;或诱导 学员违规使用"培训贷"等引发 纠纷。培训机构突然跑路,导致 部分家长缴纳的高额培训费打水 漂情况时有发生。 作为一种新消费模式,"预付费"消费并不只在教育培训市场中存在,要对此予以彻底规范,尚需顶层设计上的统一跟进。尤其是在"双减"政策背景下,教培机构倒闭现象有所增多,也间接放大了"预付费"监管不足带来的风险。在此背景下,多地出台新规,严管教育培训机构"预付费",无疑正当其时,顺应了社会期待。

此前,在教育部通气会上,上海市教委介绍,上海从"支付行为"的源头出发,积极探索"银行定期划扣"等新型资金监管机制。消费者预付的培训资金由开设在商业银行的专用账户收取,银行按照国家规定的收费管理要求,基于与消费者、培训机构预先达成的约定,定期分批划扣资金至培训机构账户;消费者可以按照合同约定随时要求银行申请停止划扣培训资金,保障自

身合法权益。 就多地针对教育培训机构推 出新规的具体内容来看,都重在加强对培训机构的资金监管,并提升对相关风险的预警力度。如上海在探索银行定期划扣机制的过程中,借助行业协会和消费者保护委员会等各方力量,积极推广商业银行和培训机构"双承诺"机制,并通过"家长告知书"等形式鼓励家长优先选择已实施"银行定期划扣"等有效保障预付资金安全机制的培训机构。

障预付资金安全机制的培训机构。 教育培训"预付费"制利于机 构筹措资金,也能给消费者带来一 定的实惠。但其中的风险也不容小 觑。快速涌入的现金流可能会让机 构对市场失去应有的判断力,进而 盲目乐观扩张,在后续注入资金不 足或运营成本提高的情况下,很容易出现资金链断裂等问题,最终导致关门大吉,逃之夭夭。对教培机构的资金实行"银行定期划扣"等新型资金监管机制,一方面,能防止培训机构因经营不善破产关门而出现退费纠纷,另一方面,则是限制培训机构用学费进行扩张与资本化运作,遏制培训机构的过度逐利行为。尤其收取的教培费用不直接给机构,而是通过第三方平台,按照教学的进度,按月拨付资金,这就使得家长的资金不会一股脑地被一些机构所挪用,这对于教培机构携款跑路能起到釜底抽薪之功效。

征稿启事

本版长期向读者征稿,稿件字数在1000字左右。

来稿要求内容真实、寓理于事;也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议,我们将每周刊登在本版。

来稿请发送 e-mail 至: kokomi621@sohu.com。

百家讲谈

事由:

近日,四川什邡市多名儿童在锐博游泳馆游泳后,相继出现发烧等症状,家长怀疑是游泳馆的水质问题所致。对此,当地疾控中心工作人员采集了该游泳馆内泳池水样,并委托第三方机构对泳池水质进行了抽样检测。经检验,样本尿素和细菌总数两项指标超过国家标准要求。(7月23日澎湃新闻)

白豕讲

游泳场馆的水质状况直接关系到人体健康,水质不洁会对游泳者产生严重危害。游泳过程中,人们的汗液及尿液排出,皮肤污垢溶入池水,使池水受到污染,如果不及时进行消毒与换水,不洁池水极易引起游泳者咽炎、流行性出血性结膜炎、传染性软疣等传染性皮肤病以及病毒性胃肠炎等。因此,每个游泳场馆都应严格按照泳池水质卫生标准来执行。

但是为了降低成本,一些游泳场馆不仅不对池水按规定消毒,还长时间不换水。有的游泳场馆仅仅做到按规定消毒,但是极少换水,导致池水中消毒液过多而对人体产生伤害。2022年游泳池水质检测标准已于今年4月1日实施,但是有些游泳场馆还在执行多年前的标准。

客观而言,新标准对游泳池水质提出了更高的要求,提升了关键指标,游泳场馆理应严格按照新标准执行。为此,国家卫生监督部门也应该以新标准为准则,加强对游泳场穿水质的监管,保护游泳场馆运营者来讲,只有对游泳者的健康安全负责,才能获取人们的信任,长远来看,也才能招来新客户,留住"回头客",生意兴隆,蒸蒸日上。——曲征

事由:

近日,天津九山顶景区"步步惊心"(空中栈道)项目一游客坠亡引发关注。目前,该景区已全面停业整顿,针对事发原因,相关部门已介入调查。(7月24日环球网)

百家讲:

近年来,"步步惊心"成为很多景区的网红项目,伤亡惨剧频频上演,虽然悲剧原因不尽相同,但背后的问题如出一辙,即是这些网红项目盲目追求刺激以吸引游客,安全考量严重不足,在安全保障上埋下较大隐

旅客的生命健康重于泰山, "安全先行"不该留任何余地。而任何运行与监管之失,都是在拿旅客的生命安全冒险。我们期待在对涉事园区停止运营之外,有关方面能开展专项行动,全面整治景区网红项目的安全乱象,回应民众关切。