

捐款“多收了三五元” 公众要个交代

近期在社交媒体平台上，不少网友抱怨：自己在××筹平台上捐款，“无缘无故”被多收了3元。仔细一看，这3元原来是平台收取的绿医服务费用。

记者调查发现，多家众筹平台存在收取3元费用的情况。这些平台以提供健康服务、帮助平台运营、提高打款效率等理由让用户选择勾选并同意“支付3元”费用。该选项虽然可以取消勾选，但不少网友称不仔细看根本不会注意，自己在不知情的情况下被多收了3元。

虽然收取的只有区区3元，引发的不满情绪却很大，这似乎有点得不偿失。

拿出真诚姿态和有效措施来回应舆论质疑

多收的三五元，不是小事，平台应给捐款者一个说法，这个说法不能是敷衍式表态，也不能止于危机公关，应拿出真诚姿态和有效措施来回应舆论质疑。

其一，3元这个标准谁定的？有人捐5元，却被“强行”收费3元，占比高达60%，不可谓不高。再说，每一笔3元累计起来是个惊人数额，平台拿得心安理得吗？而每次“强行收费”3元，问过用户是否同意了吗？收费标准制定合理吗？如果不合理是否该取消而不是自顾自地默默收下去？

其二，每次收取的3元最后是如何支配的？把账目晒一晒，具体收了多少钱、如何开销、有没有被挪用作他用等，都该如实呈现。“晒”，是为了给捐款者一个交代，也是便于监督，防止钱被私用。

其三，“强行收费”3元，是

否涉嫌叠加收费？有筹款平台发布公告，因平台在技术研发、运营服务、资金安全方面的不断投入，运营成本逐渐增加，按照单个筹款项目提现金额的6%收取平台服务费。既然收取了筹款项目提现金额的6%，为何还要收捐赠者的每笔3元？

其四，如何化解“强行”收费的风波？记者在某第三方投诉平台查询发现，关于筹款平台显示捐款金额和扣款金额不符的投诉有上千条。筹款平台表示，“如您需要退费，请您在××筹公众号—个人中心—我的捐款—资助平台处申请退费。”非要捐款者申请才退费，有失公平。

在商言商，无可厚非，但是，公益不能变成生意，如果消费公益，消费公众的善心，乃至消费社会正义，那么这样的模式注定受到诟病。收了钱却丢了道义，乃至丢掉良知，相关平台还能走得远吗？

收服务费应保障捐款人知情权

互联网个人互助平台虽是社会公共属性的商业平台，但和组织化慈善又有区别。相关平台对网友用户的知情权重视不够，未能充分尽到提示义务，使得用户在未能充分知情的情况下就支付了其他费用，这就带来了市场环境的混乱，透支了平台信任，不利于平台长期可持续健康发展。

作为商业产品，个人求助平台运营管理也要成本。在互联网市场的红利期，其运营成本由商业公司的其他业务支持，从而有了参与个人求助的用户是免费参与的表现。如今，各相关平台纷纷试水对参与用户收取手续费，但其收费逻辑并未在消费者这里“走通”。

因此，如何平衡好商业利益和社会公共利益，是互联网个人求助平台解决类似问题的关键。一般慈善活动基于《慈善法》强监管之下和行业竞争，逐步形成了关于行政费用的一

般标准。相较而言，市场机构参与个人求助业务，目前尚无法律规定。这给平台操作留下了模糊空间。

揆诸现实，对于商业化公益事业，一般遵循两种原则：一种是恪守不盈利原则，全面透明化财务披露，收取对应手续费；一种是通过市场竞争原则，不限制收费标准，让用户用脚投票，选择他们自愿接受的最好平台。就现阶段而言，既然商业平台开始收取手续费，就应大方告知用户，营造良好的信任环境，让用户自愿支付相应的平台费用，平衡好商业利益和社会公共利益。

收取手续费时代即将到来，而个人求助平台的商业属性和社会公共属性混合，这就需要商家注意这项特殊事业的道德义务，从知情权做起，让这项事业健康持续地发展下去。

综合自光明网、红星评论等
谕路 整理

以瘦为美？“徐娇怼于正”提供反思契机

□ 余明辉

1月25日晚，话题“徐娇怼于正”冲上热搜第一。25日，编剧于正发微博称，演员赵晴瘦到92斤了，但他感觉还是有点胖，表示：“我觉得要好看得瘦到85斤。”25日晚，演员徐娇转发于正的这条微博，并“怼”道：“晴比我高将近半个头，92都已经是极限瘦了，要让人瘦到85是有多歹毒。”（北京青年报）

这一事件不仅揭示了娱乐圈对演员身材以瘦为美的严格要求，乃至已经到了畸形的地步，更引发人们对于审美标准、健康观念和职业伦理的深度思考。

首先，我们应该明确的是，审美观是多元的，不该被单一的刻板印象所束缚。每个个体都有自己的独特之处，而这种独特性正是我们这个世界的魅力所在。无论是演员还是普通人，都应该被鼓励去发掘和展现自己的独特魅力，而不是被束缚在刻板的审美框架里。

其次，我们应该关注的是健康问题。很多演员为了追求瘦身效果，不惜采取极端的方法，这不仅对身体造成了伤害，更是对心理健康的一种摧残。作为公众人物，他们所传达的信息具有广泛的影响力，因此他们有责任树立健康的形象，传递正确的价值

观。健康永远是第一位的，任何以牺牲健康为代价的美都是不可取的。

再者，我们应该反思的是职业伦理和责任。作为编剧和制作人，于正有权对旗下演员的体重发表看法。然而，这种看法是否合理、是否基于对演员健康的关心，是值得进一步探究的。如果仅仅是为了追求所谓的“上镜效果”而对演员提出不切实际的要求，那么这是否符合职业伦理？作为创作者，是否应该更多地关心演员的身心健康，而不是仅仅看重外在的形象？

此外，“徐娇怼于正”的事件进一步引发了公众对于此类现象的关注和反思。徐娇的举动无疑给那些不敢发声的演员和观众带来了勇气和力量。她用实际行动表明了自己的立场和态度，为维护演员权益发声。这也提醒我们，在面对不合理的审美标准时，我们应该勇于表达自己的看法，敢于挑战既定的规则。只有这样，我们才能打破刻板印象的束缚，让更多人意识到美的多样性。

“徐娇怼于正”的事件不仅仅是一个简单的娱乐新闻，更是对审美观、健康观和职业伦理的一次深度拷问。我们应该从中吸取教训，反思我们的社会和文化环境，努力创造一个更加包容、健康和公正的社会氛围。

“二手交易”如何成为“放心交易”

□ 何勇海

据了解，二手交易平台闲鱼的用户数目前已突破5亿。二手市场火爆的同时，不良商家以次充好、真假混卖等现象层出不穷，在某第三方投诉平台通过关键词检索，能够找到上万条与“假货”“质量问题”有关的二手商品投诉。（《法治日报》）

二手商品是循环经济的重要组成部分，是构建资源节约型社会的要素之一，有利于节约资源、避免浪费、保护环境。不过，随着二手交易越来越火热，一系列问题随之出现：虚假宣传、假货丛生、欺诈骗多、阴阳检测报告、平台监管缺失、消费维权艰难等。长此以往，既损害二手市场的多方利益，也不利于整个行业健康长远发展。

如何保障二手交易成为“放心交易”？首先要明确压实平台的监管责任。据媒体调查，在二手交易中，卖家和买家之间存在严重的信息不对称，买家只能通过卖家的描述和照片来判断商品的真伪和质量，而许多平台又没建立有效的监管机制或监管力度不够，使得不良商家可轻易发布虚假商品信息，甚至销售假货和禁售商品。江苏省消保委先前发布的《二手交易平台消费调查报告》就显示，最为严重的问题是以假货冒充二手物品，部分平台甚至涉嫌默许售

假，交易规则形同虚设。

因此，必须压实平台责任，如严格落实实名认证制度，提高二手市场的准入门槛；建立严格的审核机制，审核二手商品卖家资质，严格审核平台上发布和交易的二手闲置物品质量和属性，并要求卖家交纳一定保证金；完善买卖双方的相互评价机制，及时公布买卖双方的诚信度、信誉值，为其他交易对象提供参考；建立信用惩罚机制。

其次，鉴于二手交易更具有复杂性，应制定专门的法律法规，为其规范发展提供法律保障。目前我国对二手交易没有特殊性的法律规定，即使可从现有法律规定中，找到制约二手交易欺诈行为的法律规定，但由于依据的法律跨度太大，相关部门的执法难度也较大。相关部门应对二手市场管理，联合出台针对性强的法律法规，明确平台企业和交易用户的权利和责任，做到有法可依、有规可循，进一步管好网上二手交易市场，并为消费者提供法律支持。

监管部门对买卖双方尤其是卖家，要加强普法宣传教育，消费者自身也要理性看待二手交易行为，增强辨别能力和风险意识。