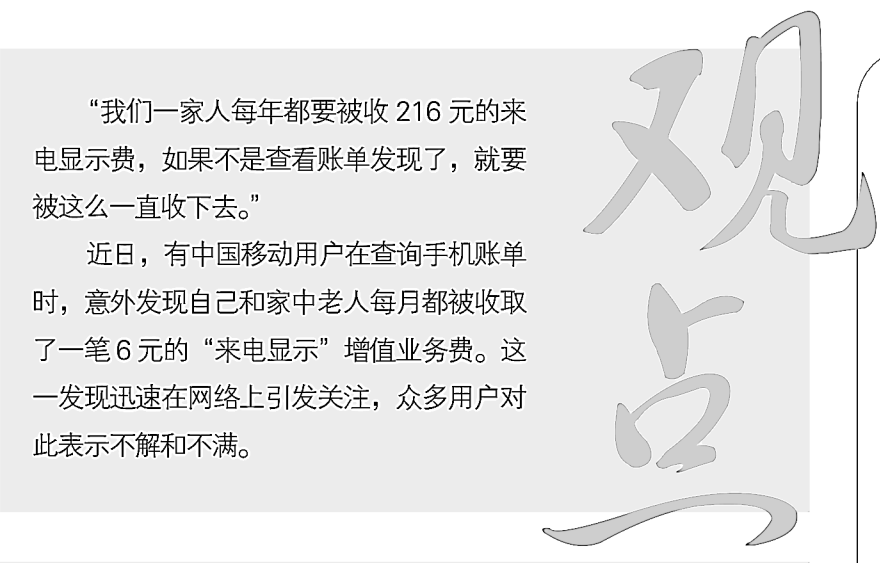


还收“来电显示费”？降费利好不该留“尾巴”



“我们一家人每年都要被收 216 元的来电显示费，如果不是查看账单发现了，就要被这么一直收下去。”

近日，有中国移动用户在查询手机账单时，意外发现自己和家中老人每月都被收取了一笔 6 元的“来电显示”增值业务费。这一发现迅速在网络上引发关注，众多用户对此表示不解和不满。

不发现就不取消，未免少了点主动服务的诚意

运营商强调，用户可以通过更改新套餐获得免费的来电显示功能。这一般“老人老办法、新人新办法”的做法，看起来没什么不妥。但是正如不少用户的疑问：既然新套餐的来电显示已经全面免费了，为什么不能给旧套餐的用户取消费用并开通服务呢？如果可以取消，为何还需要让老用户额外等待长达数年的时间？

此前有专业人士提及，随着通信技术发展，来电显示的服务成本其实已经不高，继续单独收费已不合时宜。这主要是从成本角度来看的。抛开这一点，如果用户不发现就不取消，也未免少了点主动服务的诚意。毕竟，并不是所有用户都知道可更改套餐来免除来电显示费，或者误认为新老用户都一概已经取消收费，而为数不少的老年用户更是很难有意识和能力去及时完成套餐的变更。如此状况下，继续对老用户采取不申请变更套餐就不取消收费的做法，显然就让“降费”的实际辐射面打了折。

更进一步看，运营商虽然为老用

户提供了选择方案，但问题是，新老套餐的总资费对比，对一些老用户来说，可能面临一个“贵”和“更贵”的两难选择。并且，客服人员强调，如果旧套餐的用户在保留原套餐的情况下，单独取消来电显示服务，来电将会显示成“未知号码”，如果用户想要免费使用来电显示服务，则必须更改为新套餐。如此设限，也未免少了些人性化。

每个月 6 块钱的来电显示费，到底该不该尽快不分新老用户一步到位的全部取消，这事说小也小，说大也大。说小，按照工信部此前的回复，缴纳这笔费用的用户占比只有不到 2%。说大了，考虑到庞大的用户基数，其总费用也不是一个小数字。更重要的是，这样的细节争议，也成为人们观察运营商服务意识、社会担当的一个佐证。

很多时候，改进服务意识，提升企业形象，都藏在细节之中。让所有用户都不打折扣地享受到足额的降费红利，就别再继续留一个“尾巴”了。

不是做不到，而是运营商算盘打得太精了

不主动统一取消所谓旧套餐里的来电显示费，应该不是中国移动做不到，而是中国移动的算盘打得太精了。尽管单笔来电显示费用每月 6 元看似不多，但考虑到移动庞大的用户群体，这无疑是一笔可观的收入。中国移动这种坐收渔利的行为，不仅损害了用户的权益，也影响了运营商自身的形象和信誉。

长期以来，通信运营商的资费套餐结构复杂、名目繁多，透明度不高。很多用户，尤其是老年用户，可能并不清楚自己每月仍在支付包括来电显示费在内的一些已经显得不合时宜的费用。在花样繁多、结构复杂的套餐资费面前，用户看似有多种选择，实际只能被动“入坑”，被通信营运商牵着鼻子走。

显然，多年前就已宣布停止收取的来电显示费，今天却仍然在某些套餐中偷偷收取，这既不合理，也不道德。在通信服务日益普及、市场竞争

日益激烈的今天，运营商更应该注重服务的透明度和用户的体验感受。而不是依靠一些模糊、不易察觉的收费项目来揩用户的“油”。这种小家子气的做法与国有企业为民担当负责的形象极不相称。

作为国内领先的通信运营商，中国移动更应该承担起行业标杆的责任。对于不合时宜的收费项目，应该采取果断措施尽快主动取消，而不是等到用户申请申诉后才被动取消。

对不合时宜的收费，有关部门也要积极介入，加强监管力度。要引导相关企业规范经营，确保所有运营商都能够提供透明、合理的服务。对于违反规定、损害消费者权益的行为，监管部门也应该及时予以依法查处和曝光，以维护市场的公平竞争和消费者的合法权益，推动和保障通信行业的健康发展。

综合红网、成都商报等
(谄路 整理)

旅游服务被“转包”，责任不能被“转包”

□ 何勇海

进入 7 月，暑期旅游热度攀升。记者调查采访发现，一些旅行社将部分服务转包给其他机构或个人，发生意外时，却以“没有直接提供该服务”等为由拒绝担责，导致消费者权益受侵。

旅游服务被层层转包是个老问题。有的旅行社将游客分包给各地旅行社，游客到达后，由当地旅行社“地接”，并签署旅游合同。这类情况往往是不禁止的。而更多的、容易引发消费纠纷的则是转包欺诈。旅行社欺瞒消费者，以“有人退团、无法成团”等名义，声称与其他旅行社“拼”在一起发团，其实是将部分或全部游客转包出去。

在转包欺诈中，游客通常会遭遇服务缩水、权益难保障的情况。有转包就有雁过拔毛、层层扒皮现象，约定的服务品质就会不同程度地降级，比如行程“缩水”、临时涨价、到项目再单独交钱，承诺入住几星级酒店，但酒店的实际档次却令人大跌眼镜等。有的还将游客甩给没有营运资格的“黑车”司机。

最令人气愤的就是责任也被“转包”出去，导致层层“甩锅”。签合同的、对接的、派车的、服务的，分属不同环节，到了下一环，前面的就不管了，出了问题往往连人都找不到。据媒体报道，一位游客被旅行社多次转包，

在旅游过程中出了车祸，被撞成十级伤残，多个责任主体互相推诿，游客难以有效维权，只好诉诸法律。这类案例在现实中并不少见。

因此，游客应提高风险意识，谨慎选择旅行社，对转包要有防范意识，那种主打价格低、人数少的低价“小包团”更易将游客一甩了之。游客在签订合同时，为防万一，应明确拒绝被转包。

游客享有知情权与自主选择权。若消费者在不同意或根本不知情之下，旅行社已进行了转包，而接受转团的旅行社提供的服务又与合同不符，消费者可以起诉与自己实际签约的旅行社。我国旅游法规定，由于地接社、履行辅助人的原因导致违约的，由组团社承担责任；组团社承担责任后可以向地接社、履行辅助人追偿。换言之，旅途中一旦出现纠纷，与消费者签订合同的旅行社应首先承担责任，随后再向开展合作的第三方追偿。

各地相关部门则应尽快出台相关监管规定，规范旅游服务转包行为，比如明确组团社“首接”的法定责任和义务，禁止规避、转嫁责任，发生纠纷后，应与后面的环节共担责任，接受相应处罚。

“混合办公”模式不能“看起来挺美”

□ 付 彪

前不久，又一家互联网企业跟进“混合办公”工作模式：在线旅游平台“去哪儿”宣布，7 月中起，每周三、周五，员工可以自主选择办公地点，无需申请或审批。

所谓混合办公，就是每周有一段长时间远程办公，一段时间回办公室办公的工作模式。远程办公因网络技术的发展得以推广，并因疫情防控等客观条件而日益普及。近年来，混合办公日渐流行，不少企业逐步推行一两天的混合办公。

具体而言，“混合办公”模式减少了通勤时间，员工得以将更多精力投入到工作和个人生活中，工作效能与创造力均有所增强；企业减少了庞大的办公室租金和办公经费，也有利于女性职业发展和提升生育率，还拓宽了人才招聘的地理边界，使得企业能吸纳全球范围内的优秀人才，进一步提升竞争力。“混合办公”模式下，企业和员工各得其所。

北京大学国家发展研究院与智联招聘曾发布的一份《中国远程居家办公发展报告》中显示，长时间通勤、高住房成本和照顾家庭的需求，是求职者希望远程办公的重要因素。

混合办公“看起来挺美”，但也面临一些弊端和挑战。比如，员工可能受到家庭环境的干扰，难以保持高效的工作状态；远程办公往往依赖电子邮件、即时通讯工具或视频会议沟通，可能削弱团队的协作能力；长时间独处，还可能产生孤

独、焦虑等情绪问题。诚如有劳动者提到，“生活工作化，工作生活化”容易导致工作和生活的边界变得模糊。

尤其需要关注的是，“混合办公”模式还可能让“全时待命”“隐形加班”无法避免，工作时间的认定、数据安全风险、职业安全保障以及既有福利会不会流失等问题，都将面临常态化的挑战。比如疫情期间，远程居家办公增多，曾出现过居家办公期间发生人身伤害能否认定工伤、8 小时工作变“24 小时在线”、加班费难以认定等多种劳动争议。

可见，“混合办公”模式有利有弊，但总体上还是利大于弊。在生产方式多元化的背景下，我们不必对这种模式进行全盘否定，而应给予足够的包容。“混合办公”模式不能“看起来挺美”，需要有科学完善的制度设计。比如，明确实施混合办公的岗位标准，建立配套的线上管理与考评机制，合理设置工作量，做好企业与劳动者之间的利益平衡。

有关部门也应关注劳动力市场的变化，通过完善远程办公的劳动法律法规、优化社会保障政策来适应“混合办公”模式，以及在教育培训、数据安全、管理规范等方面加大投入和指导，促进其健康发展。鉴于混合办公地点的多样性，企业应做好职业安全风险提示，员工也应积极维护自身权益。多方携手，共同推动“混合办公”模式“向上向善”。