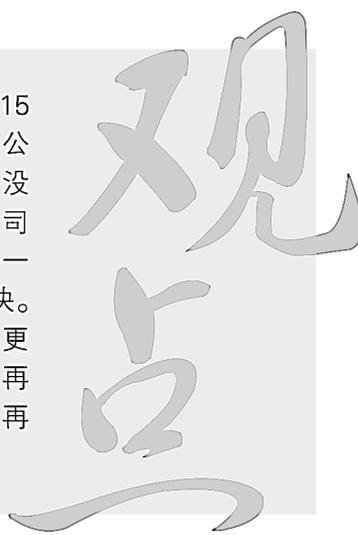


“放弃公关”掩饰不了诚意的缺失



近日，啄木鸟家庭维修回应被3·15晚会点名，称全体管理层决定：放弃公关。声明称，这件事没有公关可做，没有任何解释可以让一切回到过去。公司将每天发布一条整改声明，每天公开一项整改进展，直到所有问题被彻底解决。然而，在眼见“放弃公关”说引发了更大的舆论反噬之后，3月16日啄木鸟再道歉，并发布六条整改承诺书，试图再次公关。

别把无法反驳说得那么清新脱俗

不得不强调，这个所谓的“放弃公关”，严格意义上来说，是他们曲解了“公关”的意思。“公关”在他们眼里，似乎是对问题是进行掩饰、辩解，或者装鸵鸟，甚至有可能是将水搅浑。难道，坦诚面对问题，严格整改就不叫公关了吗？客观来说，这才是真正的公关。

啄木鸟“放弃公关”，恐怕不是真的坦诚，而是因为无力反驳。因为他们出现的问题，不仅是一时一事，更是公司从上到下系统性地欺诈消费者。

据央视报道，在该维修平台，燃气灶没电，客户更换电池后没拿掉电池帽，给客户更换成本20元左右的点火器，再将电池帽拿掉，收费250多元；一位客户水龙头没打开，导致洗衣机无法进水，师傅上门打开了洗衣机的水龙头，收费100多元……有师傅称，维修人员经常会因为报价

过低受到公司上级的批评。记者暗访时，培训经理表示，上门维修人员最重要的任务，就是想尽办法在服务过程中提高收费。

号称国内最大的家庭维修平台，如此罔顾消费者利益，全力欺诈消费者，在央视的曝光下，可以说事实确凿、板上钉钉，已经没有什么辩解的余地。在这样的情况下，与其说是“放弃公关”，不如说是在强大的舆论面前放弃挣扎，换个面孔进行包装，通过“清新脱俗”的方式说出来，试图挽回一点颜面。

经验表明，企业遇到问题真诚面对消费者，往往会获得原谅。不过，说得好不如做得好。对所谓的“国内最大的家庭维修平台”啄木鸟，要有具体的整治处理措施。不能让他们说得好听，更应该让其付出沉重代价，让他们知道违法违规的后果。

表演很拙劣，整改缺诚意

细读这六条整改承诺书，主要集中在保修期内投诉订单的自查，以及新下订单的自律。对于过往的大头，也就是那些“钱都已经装进腰包”的历史订单，如何退款，退多少，有没有额外赔偿，均语焉不详。这令外界尤其是不少老用户失望，“刀刀向内”不过还是挂在“啄木鸟”的鸟嘴上。道歉和承诺不过是权宜之计，真正的改变需要通过实际行动来体现。啄木鸟自称要每天发布一条整改声明，每天公开一项整改进展，直到所有问题被彻底解决。但如果都是这样的务虚声明与整改，让人有理由怀疑其仍然只是在做表面文章，以应付公众的目光，待到风头一过，还是笑骂由尔，发财由我。

啄木鸟宣称在国内300多个城市有业务开展，在线接单维修师傅达10万多名之多。其在订单上的抽成比例约40%，显著高于其他维修平台两到三倍。啄木鸟在2023年平台总交易额就已近20亿元，较2022年同期增长65.7%。这些数字的背后是基于对消费者的无病乱修、小病大修和乱收费，说明啄木鸟在问题曝光之前全

无有效制约措施，反而纵容乱象肆意滋生，这就衬托出啄木鸟当前的隔靴搔痒，不够真诚，不够大气。所谓深感自责和痛心，只能是一种装模作样，既苍白无力，又是对消费者的二次嘲讽。

虽然啄木鸟心疼真金白银的赔偿，舍不得掏出已经揣进口袋的钱，但是显然难以逃脱接下来官方的处罚。这次啄木鸟想只凭嘴上功夫蒙混过关，没那么容易。

从整个行业角度来看，啄木鸟的问题爆出来也是一件好事，包括但不限于家电维修等领域，存在着诸多类似的不规范行为。这既反映出行业标准的缺失和监管的不到位，也暴露了企业快速扩张的后遗症。对此类服务行业的监管需用“重典”，投诉和处理机制要能保障消费者的合法权益，而不是流于形式。

啄木鸟事件也是对社会商业道德和诚信体系的一次考验，对于商家来说，要想做大、走得长远，必须守住诚信底线，信任一旦破裂，重建谈何容易。综合极目新闻、南方都市报等 (业勤 整理)

改革事假制度平衡劳企权益刻不容缓

□ 王志高

因岳父突发疾病需照料，在陕西某企业工作的周先生向公司请7天事假，却遭公司以“并非必须由本人处理”为由拒绝。“到底哪些事算‘必须由本人处理’？照顾生病老人不符合要求吗？”公司给出的理由让周先生满是不解。

当下，我国立法层面对事假缺乏明确界定，相关规则制定权大多在用人单位手中，致使劳动者面对家庭突发状况时，常陷入“保工作”还是“尽家庭责任”的艰难抉择。这一状况既暴露出现行事假制度的短板，也凸显出立法滞后与人性化管理间的差距。

事假是劳动者履行家庭义务、处理生活事务的关键保障。但因缺少统一法律规定，用人单位在事假审批上自主权过大，甚至借严苛内部制度限制劳动者请事假。比如部分企业规定事假期间扣3倍工资，或将事假与晋升、奖金关联，严重侵犯劳动者合法权益。这让劳动者在应对突发情况时，既要承受家庭压力，还面临经济与工作的双重冲击。

2024年“员工连休37天事假被开除”事件将这一矛盾激化到极致。法院最终判决公司支付经济补偿金，认定劳动者请休事假“既是履行法定职责所需，也是遵循人伦道德的体现”。该判决虽在一定程度上维护了劳动者权益，却也反映出当前事假制度的模糊与滞后。

事假制度陷入困境，背后既有成本分担机制不明问题，也有立法滞后的深层原因。现行法律规定事假通常无薪，用人单位出于经营成本考量，往往严格把控事假管理制度。不过，这种“一概而论”的做法显然不符合劳动者实际需求。我国法律层面未明确规定事假制度，致使劳资双方在事假请休程序上常有争议。所以，立法层面的明确与细化迫在眉睫。

要解决这一问题，立法层面应明确劳动者享有请事假权利，允许用人单位通过规章制度、集体合同等构建福利性带薪事假制度。同时，政府可借劳动法标准设定底线，再由用人单位依据自身经营特点制定个性化事假规则。这种“底线+弹性”模式，既能保障劳动者基本权益，又能兼顾企业经营需求。

另外，司法机关处理事假纠纷时，应重视个案合理性审查。对于劳动者因客观情况未按规定程序申请事假，但事由真实、紧急且合理的，不应认定为旷工。这种人性化处理方式，既符合公序良俗，也有助于构建和谐劳动关系。

总而言之，事假制度改革既是立法需求，更是人性化管理的彰显。只有在法律保障与人性化管理间寻得平衡，才能切实化解劳动者与用人单位的矛盾，构建更为和谐的劳动关系。

警惕在线“诊断”心理疾患“越治越病”

□ 唐传艳

“NPD有六大特征，遇到了赶紧跑”“有的孩子看着正常，其实是ADHD，快来测一测”……近期，以在线“诊断”NPD（自恋型人格障碍）、ADHD（注意缺陷多动障碍）等为标题的视频在网络上大量传播，不少人“被确诊”。这样的在线“诊断”是否靠谱、可信？有媒体近日就此进行了调查。

专业心理服务资源分布不均、线下诊疗费用较高等，导致部分人转向网络寻求“速成答案”。然而，在线“诊断”心理问题隐藏的风险，让人倍感担心。心理疾病的诊断需要专业的专业评估，包括症状持续时长、社会功能影响、排除其他疾病干扰等复杂流程。短视频中碎片化的描述往往断章取义，将复杂病症简化为几个“典型行为”，极易引发误判。普通人若轻信此类内容，可能陷入过度自我怀疑或对他人的妄下结论，甚至延误真正需要治疗者的干预时机。更值得警惕的是，部分内容为博流量刻意制造焦虑，将严肃医学问题娱乐化，进一步加深公众对心理疾病的误解。

尤其要看到，在线“诊断”背后是带货变现。一些博主打着“心理科普”旗号，实则商业利益铺路。视频中刻意使用“赶紧测试”“限时领取”等话术引流，再通过私聊、社群将观众导向高价课程、保健品甚至“玄学疗愈”。

为规避监管，直播间用暗语替代敏感词，如“白大褂”指医生、“吃片片”指服药，模糊医疗与消费的边界。这类变现链条中，焦虑成为商品，心理问题沦为营销工具，不仅损害消费者权益，更可能让真正需要帮助的人被误导，陷入“越治越病”的恶性循环。

治理这种乱象，需从几个方面入手。平台应强化内容审核，对夸大疗效、违规导流的账号采取限流或封禁措施，同时加大对正规医疗机构、持证心理咨询师的流量扶持。监管部门需完善网络心理服务规范，严查以“科普”之名行“带货”之实等行为，并建立快速举报和处理机制。此外，可鼓励专业机构推出通俗易懂的公益科普，通过权威声音挤压伪科学生存空间。对于屡教不改的违规主体，不妨纳入征信黑名单，提高违法成本。

社会层面需加快构建多层次心理服务网络，在社区、学校、企业嵌入心理咨询站点，让专业帮助触手可及。医保目录可逐步纳入更多心理治疗项目，降低就医门槛。

对个人而言，面对网络信息需保持清醒，要认识到，心理测评不是娱乐测试，疾病标签不能随便认领。若察觉自身或他人存在心理困扰，应优先选择医院精神科或正规心理咨询机构进行评估。