

网购演出服“用完就退”是“薅羊毛”还是“后悔权”滥用？

近日,某高校搞活动,学生们在网上购买了一批表演服,令人万万没想到的是,活动举办完学生们就集体退货,这种集体“薅羊毛”的情况引发网友广泛关注,有网友认为占了便宜丢了人格,也有网友认为诚信需要“双向奔赴”。新渝报本期和你一起讨论网购演出服“用完就退”,是“薅羊毛”还是“后悔权”滥用的话题。



集体“用完再退”薅的是谁家羊毛,说好人与人之间的信任呢？

□ 何勇海

近日,山西某高校搞活动,学生们在一家网店统一购买了一批表演服,令人万万没想到的是,活动举办完学生们就集体退货。店家把这件事发到社交网站,怒斥学校:“这就是你们教出来的当代大学生吗?”事发后,学校回应表示,已接到卖家的投诉,因为事情发生在学前教育学院,所以将由学院与卖家协商,现在卖家已经和学院联系上。

我国《消费者权益保护法》规定,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由。“七天无理由退货”保障了消费者在网络等交易中的“后悔权”,是平衡消费者和经营者权利义务的有效途径。但“后悔权”是建立在诚信的基础上,商家诚心实意卖,消费者也要真心实意买。如果商家不诚信就会面临退货、换货甚至是差评的风险,反之,消费者不诚信,也应受到

制约。但如今看来,消费者滥用“七天无理由退货”权利,并没有得到有效制约。随着网购的日益普遍,“用完就退”类的事件屡屡发生,甚至有人在网络上炫耀“占便宜”心得。

但实际上,“七天无理由退货”权利不能被滥用,这是因为退货应满足相应条件。《消费者权益保护法》规定了几种“无理由退货”的例外情形,除了“消费者定做的”“鲜活易腐的”等等,还包括“其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品”。《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定,消费者退回的商品应当完好。服装、鞋帽等商品的“完好”具体判定标准为:商标标识未被摘、标识未被剪,商品未受污受损。此次山西某高校学生退回的表演服,打开包裹就散发出汗臭味,有的衣服上还有疑似口红印。像这种“无理由退货”,就超过了行使权利的必要限

度,涉嫌侵犯商家的合法权益。

曾有媒体调查,在网购越来越普遍的当下,看似简单的退货操作,实际常常遇到一些麻烦,比如退货流程繁琐、需要自行承担运费或运费高、处理退货申请不及时等。舆论因此呼吁,电商行业亟待完善退货制度,使退货程序更加便捷。然而,从屡有消费者利用规则“钻空子”,在退款退货上薅商家的“羊毛”来看,从个别网友在网上炫耀如何成功将穿过的衣服退给商家来看,经营者在退货上的小心翼翼乃至不积极,是否也有消费者不诚信的因素?

商界有句名言:“利己则生,利他则久。”其大意是,使自己获利是生存的基本,使他人获利却能更长久地生存。简言之,必要的利他其实是长远的利己。社会诚信公平互利的契约精神,需要大家共同努力维护。具体到“七天无理由退货”,要真正充分实现这一制度的社

会价值,根本前提是买卖双方都要尊重诚信原则。如果一方的诚信不足,导致另一方的诚信代价太大,都难以为继。比如,消费者违背诚信原则,以滥用“后悔权”占商家便宜,令其遭受财产和声誉损失,那么,商家在退货上的积极性自然就会打折扣,到头来折损的还是广大消费者的权益。

为让“无理由退货”制度兼顾双方利益,电商平台应制定更规范有效的售后条例,建立更健全的交易秩序,除了完善退货制度,使退货程序更加便捷,还可对恶意利用“无理由退货”规则损害他人利益者,采取取消优惠待遇、纳入“不受欢迎名单”等措施进行规制。相关部门应完善顶层设计,进一步明确“无理由退货”的法律概念和实操边界,细化“恶意退货”条款。只有保障买卖双方的合法权益,才能让“无理由退货”真正发挥价值,推动电商行业健康、有序发展。

大学生用完演出服集体退货？诚信需要“双向奔赴”

□ 吴金洁

“薅羊毛”已是许多大学生的生活方式:吃饭要用券、出行要拼车、网购等打折……这本是勤俭持家的好习惯,但奈何有些人却让省钱“变了味儿”。

近日,山西某大学搞活动,学生们在一家网店统一购买了一批表演服,令人万万没想到的是,活动举办完学生们就集体退货。店家把这件事发到社交网站,怒斥学校:“这就是你们教出来的当代大学生吗?”(6月5日 海报新闻)

由于消费者普遍存在趋利心理,随着网购应运而生的“薅羊毛”行为逐渐成为消费文化的一部分,大学生群体精打细算,并不是错误。在没有固定工作、需要靠父母经济支持的情况下,为自己省钱其实就是为父母省钱,帮父母减轻了肩头的负担,这本值得鼓励。理智、合规的“薅羊毛”并不是一件坏事,但这是否意味着大学生可以钻7天无理由退货的漏洞,损害商家的合法权益呢?显然不是。

钱是省出来的,但更是赚出来的。君子生财,必然有道,这里的“道”就是诚信。买完演出服集体退款,显然没有体现“契约精神”。网购设置7天无理由退货制度,原因在于消费者在下单时无法直观感知商品的质量、外观、尺寸等信息,因此允许其收货后再决定是否继续履行交易合同。商家按时按质提供了服务,大学生们在演出时也正常使用了商品并支付款项,本应视为交易近乎完成。大学生们突然大批量的退货,不仅令商家承受运费的损失,穿过的衣服还影响二次销售,这也难怪商家和网友如此气愤。

说到底,部分大学生仍未树立诚信意识。在网络消费中,诚信是商家和消费者建立联系的基础。需要明确的是,退货并非不道德的行为,但如果出于个人原因购买,那么退货也应基于尺码颜色不合心意等理由。如果是为了集体购买,退货也应基于活动的变化等原

因。但如果退货的目的是为了省一点小钱,集体“薅羊毛”,那这样的行为就涉及到诚信问题了。这不仅损害了商家的合法权益,更影响了商家与消费者之间的信任纽带,从长远来看不利于建立和谐的网络购物环境。

临近毕业季,学校与媒体都在强调毕业论文的诚信问题,但是我们却常常忽略日常交往、商业活动中的诚信教育。这也导致许多大学生“不敢剽窃论文,但却敢偷窃外卖”的荒唐现象频频发生。大学生是社会发展的后备军,是即将接棒的“运动员”,他们的思想道德素质,深刻影响着社会的发展与进步。因此,学校要加强教育引导,让大学生们认识到“诚信可敬,失信可耻”的道理,理解自己的行为对他人和社会可能带来的影响,培育健康向上的金钱观,学会“生财有道”。长此以往,此类“损人利己”的“羊毛党”才会越来越少,我们才能建立起一个更加诚信、文明的现代商业社会。

如何打败几秒一篇的“AI高考作文”

□ 王彬

7日,今年的高考作文题出炉。诸多媒体纷纷就此报道,要么是让评论员试写高考作文,要么是请各家AI来写高考作文,一时好不热闹。相比之下,AI写高考作文成为今年的热点和亮点。

然而,几十篇AI写的高考作文看起来,一个基本感受是,“AI版”高考作文大多为平平无奇的作品,生硬且缺乏温度。偶尔也有几篇作文闪过一丝光芒,但如果按照高考评分标准来看,可能也只能拿个“一类文”而已。

就文章而言,“AI版”高考作文过于面面俱到。AI写作采用传统的应试答题方式,属于已有知识和叙事方式的叠

加,看上去概念清晰、逻辑严密、面面俱到,论述清晰层次分明,得分点一个不漏。但细读之下,不免有拼盘式的八股文之嫌。你不能说它写得不好,也不能说它写得出彩。

一篇真正的好文章,不应该是这样的。就作文本身来说,其真正应该体现和强调的,一是文字修养或者说文采,展现独特的语言风格,而不是似曾相识、味同嚼蜡;二是思维能力、想象力和创造力,体现一定的思辨思维,做到言之有物,给人以启迪,而不是观点老套、空洞无物;三是有温度的文字,而不是表达呆滞、无关痛痒。如果做不到前者,只

沉溺于后者,那AI作文所传递出的讯息便是:AI一秒就可以写出“应试文章”超过你。

不得不承认,时代到了今天,AI发展速度相当惊人,人工智能对教育的挑战,已经摆在了明面上。如何培养出人工智能无法替代的人才,是现代教育的现实问题,这也是全社会需要深思的课题。

就文章写作而言,自古以来我们一直倡导的思考和经验,仍然值得借鉴和坚守。无论是白居易说的“文章合为时而著,歌诗合为事而作”,还是广为流传的“文章不是无情物,字字句句诉衷肠”,

无一不在其中藏着写作和表达的真谛,值得我们好好回味和细细揣摩。

如何打败几秒一篇的“AI高考作文”?拥有真知灼见之外,我们唯有真诚表达、真情关怀。既然知识储备、逻辑思辨拼不过,那关照当下,联系现实,真正关切社会和民众,注重独一无二的情感增量,追求人情至味和人文关怀,永远是文章高人一筹的法宝。

“你要几度就几度”,看来这只能是冰箱的功能。让AI写作文体现温度,目前还不是它所能企及的高度。温度,或许还是当下人类能够打败还是冰冷的人工智能的秘诀所在。

吃饭玩手机被通报,“打工人”没有午休自由？

□ 任冠青

近日,万达集团一员工吃午餐时玩手机被内部通报的消息,引发社会关注。据新黄河客户端报道,网传通报截图显示,通报左边写有“锦华一员工午餐期间,一边游戏,一边用餐”的字样,右边则配有该员工左手拿手机刷视频、餐盘在其右手边的画面。

吃饭时刷手机都要被通报,连看的内容也要被“高清还原”,不少网友对这位员工的经历表示同情,认为涉事公司实在是管太多。还有人批评:企业难道是怕员工消化不良?下一步是不是要禁止在午休时间吃饭了?

现实中,不少“打工人”都会有这样

的感受:有时忙碌一上午,大脑处于高速运转状态,等到午休时间,才得空稍微放松一下。这时,在吃饭时刷刷短视频、玩玩小游戏,是较为常见的解压渠道,这也是前不久“电子榨菜”开始流行的原因之一。对此,企业不仅缺乏基本共情,反倒一味苛责员工,煞有介事地将问题上升到要通报的程度,就无疑显得很不通情理、不合时宜了。

基于自身实际和行业特点,企业当然可以制定个性化的管理规定,而那些逾越法律要求、违背社会常识的“任性”举动却令人反感。就拿上述事件来说,论法律,它构成了对员工隐私权和休息权利的侵

犯。论常理,没有人能成为永不休息的“永动机”,劳逸结合才是长久之道。把员工当机器一般去管理、去看待,既是对人的不尊重,也违背了科学管理的规律。

近几年,社会上不时会出现一些充满“监控思维”的奇葩管理规定。比如,有公司会在员工工位上安装摄像头、精准防摸鱼,有的会在员工座位上放置带有监测功能的智能坐垫,更有甚者,会苛刻规定员工上厕所的时间及次数,违反者还要被罚款。

其实,比起处处“刷存在感”却令人反感的奇葩规定,科学的管理方式应该如同“润物细无声”。企业应该保持基本

的边界感和法律意识,克制过度管理的冲动,给予员工充分的尊重和工作空间。要知道,工作效率不是盯出来的,也不是苛责来的。对管理者来说,与其执着于“监控”员工,不如好好打磨发展战略,制定合理的激励评价机制,让每个人都能找准自己的职业目标和努力方向,从而真正产生持续的内驱力。否则,哪怕在“监控视野”中,每个员工都紧盯电脑、不玩手机,也可能只是“表演努力”、空转内耗。

当然,对于明显违法的奇葩规定,劳动监察部门也有必要及时出手,介入调查,切实保障劳动者合法权益,叫停违规企业的“任性”举动。

“剩菜盲盒”重要信息须明示

□ 苑广阔

近日,四川成都刮起了一股“剩菜盲盒”风。“剩菜盲盒”是指餐饮商家将临期食品或当日未售出的库存食品,以“盲盒”形式在软件上打折卖出。部分参与过的消费者表示:“手速慢了,还会抢不到。”对于这种销售形式,业内人士表示,形式挺好,但相关法规需逐步健全。

虽然一些盲盒遭到公众质疑,甚至是面临着更加严格的监管,比如“宠物盲盒”“文具盲盒”,但对于“剩菜盲盒”,很多人持支持态度。

从消费者角度来说,无论盲盒装的是什么食品,其价格都远远低于正常食品,给人以物超所值的感受。而且这些“剩菜盲盒”里面的食品,绝大多数人也能够接受,即便偶尔买到自己不喜欢吃的东西,也可以和家人或朋友分享,不会造成浪费。

对于商家而言,在每天打烊前推出“剩菜盲盒”,可以有效避免食品浪费。因为很多被放置在“剩菜盲盒”里面的食品,都属于临期食品,如果过了保质期,只能扔掉了事。以盲盒形式出售,不但减少损失,也充分利用了食物资源,何乐而不为呢?

但作为新生事物,“剩菜盲盒”安全问题不容忽视。既然是“盲盒”,就意味着食品信息会存在不透明问题,消费者如果对食品制作时间、保存条件、食用方式等不了解,容易因未及时食用、未正确存储等导致食品变质,引发食品安全问题。盲盒在包装过程中,也可能出现食物混放、包装材料不规范带来的污染,存在食品安全隐患。

现在,“剩菜盲盒”刚刚兴起,生产“剩菜盲盒”,有些信息可以“盲”,但该“明”的地方一定要“明”。你可以不告诉消费者盲盒内装的是是什么,但是必须告诉消费者它的制作日期,保质期以及如何正确地贮藏、食用。消费者在购买时也要留意食品标签,明确食品的制作时间、保质期、保存条件,购买盲盒食品后应及时食用,避免因存储不当等原因导致食品变质。消费者在购买“剩菜盲盒”时应保持理性,按需购买,切勿贪多,以免造成不必要的浪费。

■ 刺梨儿 |

共享充电宝“好借难还”问题到底出在哪里

据报道,江苏南京市孙女士近日反映,5月25日,她在南京市六朝博物馆内借了一个“搜电”共享充电宝,使用1小时按时归还,按理说只需要付5元,但第二天凌晨显示要扣费70元。奇怪的是,归还充电宝时,孙女士特意等到充电宝插入充电机柜,并确认指示灯重新亮起来后才离开。孙女士纳闷了,共享充电宝归还后为啥还在计费?

消费者明明已经按程序归还了共享充电宝,可由于充电宝系统的运行故障,系统并未及时接受确认消费者的归还,而是一直处于计费状态,这就导致了系统的乱收费、多收费,导致了消费者的被误解、被冤枉。共享充电宝的不讲理计费会给消费者带来负担和烦恼,处于弱势地位的消费者在维权的过程中,往往需要与运营企业多次交涉沟通,即便最终维权成功,也会消耗一定的时间和精力,甚至会生一肚子气。有时,消费者的维权诉求还得不到运营企业的认可,会陷入维权僵局,有的消费者也可能未察觉到被多收费的问题,或者在察觉到后因种种原因放弃了维权。

笔者建议,市场监管部门、消协或法院等在处理此类消费纠纷过程中,可考虑让运营企业承担举证倒置责任——如消费者质疑或认为企业在共享充电宝归还之后依然计费,或有其他多收费问题,由企业提供服务计量正确、计费合理的证据,企业不能提供或提供的证据不充分,即认为企业多收费问题存在,支持消费者的诉求,让企业承担不利的法律后果。这样,能减轻消费者的举证负担,降低消费者的维权成本,对消费者更加公平,也能倒逼企业增强自律意识,规范经营行为,完善管理机制,从源头减少充电宝“好借难还”等问题。

据澎湃新闻

“SUV盲区藏75个孩子”不只是警示司机和家長

□ 海凝

日前,河南郑州交警做了一项测试,SUV车型的盲区内竟然能藏下75个孩子!测试中,交警让幼儿园老师坐进一辆SUV警车的驾驶位并戴上眼罩,然后引导75名幼儿园小朋友分别站在车辆四周的盲区内。待车辆前方的孩子蹲在地上后,老师摘掉眼罩,通过环顾车辆周围和观察后视镜,老师竟连一个孩子也没有发现。

无论是大货车还是小轿车,车辆本身都存在一定的盲区,只不过块头大的机动车的盲区更大。在机动车行驶过程中,其他车辆、地形、道路、转弯等因素也会给驾驶员造成盲区,而每一个盲区都存在着安全隐患。

郑州交警在六一儿童节之际对SUV盲区进行实测,结果令人震惊。可以说,这一测试结果给广大SUV车主上了一堂“安全课”:必须要养成在上车之前绕车观察一周的习惯,防止有人特别是儿童处于视觉盲区,车辆启动造成生命损失。

同时,家长也要负起监管的责任,让孩子远离SUV、大货车等车辆的视觉盲区。这就需要有关部门做好安全教育,能够对孩子和家長真正有所触动。郑州交警通过实测的方式,显然是一种非常好的安全教育方式。除此之外,还可以用过往相关案例让儿童及其家長长记性。作为儿童监护人,既要了解SUV等车型的盲区,更要告诉孩子远离盲区,甚至家長可采取演练等方式,让“盲区危险”深深印在孩子的脑海中,并让儿童将机动车盲区视为“看不见的大友狼”。当交警、家長、学校以多种方式开展“车辆盲区教育”,才有可能避免悲剧发生。