

评论员观察

除黄剂含有大量二氧化钛。在世界卫生组织国际癌症研究机构公布的致癌物清单中,二氧化钛被列为2B类致癌物。漆尘对皮肤和黏膜具有很大的刺激作用,对中枢神经系统会产生麻醉作用,甚至还可能引发躁动、抽搐、昏迷等重症症状。

观点

店主千里追袜
不是小题大做

翻新二手空调,岂能“新瓶”装“毒酒”



评论员 王学钧

随着气温攀升,空调迎来了销售、安装旺季。有消费者反映,在市场上购置的二手空调,噪声大、能耗大、制冷效果差,使用时还有刺鼻的味道,但空调的标签、能效指标看着都像是正规厂家出品。这究竟是怎么回事呢?

原来是有“精明人”做了手脚。据记者调查,有些做二手空调生意的人一直在玩着这样的“猫腻”:先是用各种化学清洁剂对收来的旧空调进行漂白。一通操作下来,颜色发黄的旧空调看上去就像新的一样。可实际上,这些“崭新”的空调大都已经使用过十年以上,有的甚至是使用了接近二十年的老机器。旧空调翻新后,再贴上各种崭新的标签。为了让翻新机看起来更新,卖得更好,卖家会给处理过的二手空调贴上室内机的能效标识、室外机的机器功率标识、

生产日期等产品信息标签。这些标识标签都是买来的。在某些网络购物平台上,空调内机型号、外机标签都有专门的卖家销售,一套标签的价格只需要几角钱。流水号、日期条、二维码,一应俱全。日期、能效等级等信息都可以随意“定制”。

漂白已用了一二十年的旧空调,再贴上各种标识标签以假乱真以次充好,这种做法性质很恶劣,后果很严重。

如此炮制出来的空调不仅中看不中用,噪声大、能耗大、制冷效果差,还可能存在更严重的问题。漂白旧空调,通常会用到两种清洗剂——除黄剂和漆尘。除黄剂含有大量二氧化钛。在世界卫生组织国际癌症研究机构公布的致癌物清单中,二氧化钛被列为2B类致癌物。漆尘对皮肤和黏膜具有很大的刺激作用,对中枢神经系统会产生麻醉作用,甚至还可能引发躁动、抽搐、昏迷等重症症状。

空调翻新问题如此严重,有关各方不能视而不见听之任之。

网络平台得严格把关。漂白的二手空

调大都是上网售卖,作弊用的各种标识标签也大都是从网上买的。既然如此,为二手空调提供交易平台的“闲鱼”们就不能若无其事地“闲”着了。要对上网售卖的翻新空调有所评估有所取舍,不能不论好歹一律放行。至少,要开辟并畅通投诉渠道,让知情人能及时把二手空调存在的问题暴露出来,让相关卖家为此承担相应的责任,付出应有的代价。

相关部门得强化监管。致癌药水漂白外壳,能效标识随便贴,这些媒体记者稍加调查就能发现的问题,更具权威性与专业能力的相关部门不应该看不到。

监管还需再加把劲。面对翻新空调,相关部门该出手时就应果断出手,不让玩猫腻者侥幸得逞。与此同时,须尽快制定并出台相关标准,为处置旧空调设立规范、画定红线,不给投机取巧者留“操作”空间。

当然,消费者也得多长点儿心,购买空调时擦亮眼睛,别因只图便宜而上了玩猫腻者的当。

来论

“书非打折不能买”?两头薅羊毛注定不长久

“6·18”网购节临近,而京沪两地几十家出版社从5月下旬起就开始集体抵制某平台图书大促,十余天过去,宣布退出促销的出版社越来越多,更有多家头部出版社和行业协会下场与平台“battle”。

对于普通消费者来说,今年的“6·18”,想要薅图书的羊毛肯定是不太容易了。也有业内人士认为,这将是图书业的突围之战。

出版社说:不是我们不想给消费者“羊毛”,只是受不了平台薅太狠了。平台说:大促可以为出版社提高销量,同时让利消费者。消费者说:本来现在图书定价就虚高,不打“骨折”绝对不能买。

三方从各自角度出发,似乎都有自己的道理,可图书行业的困境也一目了然。眼下,最不希望看到的是,三输可能成为这个网购节图书市场的结果。

事实上,这场“battle”可谓积怨已深。早在电商的萌芽阶段,图书便是引流的最佳品类:单价低、内容丰富、复购率高,面向的消费群体庞大,可以精准提供用户画像,还能将用户引流到其他品类。早期的购物平台、近来的直播平台,无一例外选择图书作为获客的重要渠道。

而营销手段,除了间或冒出的“董宇辉与《额尔古纳河右岸》”这样的文坛佳话,大多是简单粗暴的价格战——“全网

最低价”“低至9.9元”“两折封顶”之类,可谓图书线上销售的常态。

时间长了,消费者自然养成了“书非打折不能买”的习惯,实体书店成为喝咖啡、吃蛋糕的网红打卡地。“这年头还有人原价买书?”每当龚先生起心动念想在打卡之后,顺便在书店买一本书的时候,也会质疑自己,然后,放下“冲动消费”的手。

于是,在这个问题链的下游,出现另一个被讨论已久的话题:本来是售卖知识与思想的书店,现在只能“以色示人”,甚至很多书店因为“咖啡不够地道”“文创选品太差”而倒闭。

回到书本身,“谷贱伤农”,这事伤的还是很长一段时间都在如履薄冰、颤颤巍巍地和快节奏、碎片化时代接轨的图书业,一开始尝到薄利多销甜头的出版社,如今被裹挟进无休止的价格战,赔钱赚吆喝已经不足为奇,“苦恨年年压金线,为他人作嫁衣裳”成为它们对平台的集体怨念。

有意思的是,其实早在2011年,就有20余家少儿出版社集体抵制过“全部少儿图书四折封顶”,在双方持续博弈的十余年后,大多数出版社面临的却是3折、2.5折、2折,还要叠加“满300减50”的优惠。

图书出版的生态,事实上已经相当脆弱,经不起一次又一次的价格战冲击。

早在2020年,新闻出版署公布的《出

版业“十四五”时期发展规划》就提出,“加强出版物价格监督管理,推动图书价格立法,有效制止网上网下出版物恶性‘价格战’,营造健康有序的市场环境”。

然而,在图书销售高度依赖线上平台的当下,出版社想要挺直腰杆摆脱平台的话语权,确实不容易。《2024年一季度图书市场销售分析报告》显示,今年一季度传统电商渠道销售码洋(全部图书定价总额)占比达到50.52%,为最大销售渠道,短视频电商占比上升到33.07%,而实体零售渠道销售仅占7.51%。

所以,出版社只能不断提高定价来对冲打折带来的影响,于是消费者的直观感受就是,“现在的书越来越贵了,只有等打折才能买”。

想打破恶性循环,不可能“一役而止”。龚先生只能说,这只是出版社集体觉醒的契机。传统的电商销售逻辑已经走到了死胡同,必须向多元渠道发展,并培育自己的新销售逻辑。在本来可以共赢的时代,总想“通吃”,怕最后的结局不会太美妙。只有商家、平台、消费者都能找到各自的利益点,这生意才会长久持续。

希望在不远的将来,一本书的背后不再有这么多利益争斗,能让更多的人成为书香社会的获益者,而不是被算计的流量。

据工人日报

网红玩具岂能沦为“坑娃利器”

儿童节前,媒体调查发现,市面上不少玩具,特别是一些被社交平台带火的网红玩具,对孩子们其实很“坑”。网红玩具大多有着“猎奇”“新颖”“刺激”等标签,这些“新宠”,粗制滥造、有害身心的不在少数。比如,装有电池、会发光的网红气球,一旦接触高温热源或明火就可能爆燃;弹射动能过大的水弹枪,容易伤及身体,且水弹易被儿童误食;水晶泥硼元素含量过高,长时间接触可能导致人身伤害……

鉴于儿童玩具的敏感性,有必要参照食品安全监管,建立风险评估评估制度。为此,可借助消费者协会、医疗机构、教育系统,多网联动建立一套有效的发现危险玩具的渠道,及时发现及时警示,让消费者能够一目了然,心中有数。另一方面,也应对销售环节加强监管,尤其重点关注电商平台。可考虑建立“黑名单”制度,实施动态管理,倒逼生产经营者增强自律意识。

儿童玩具市场繁荣,急需各方将治理关口前移,从产品设计到生产制造、销售,都要强化质量意识和监管责任。把“板子”打到点上,不要让小小的玩具,把孩子们带到坑里。

据北京日报

给孩子滥打生长激素 当心“追高”变坑娃

孩子6岁身高只有109厘米,在“儿童身高数值对照表”中属于“矮小”范围。于是,深圳市民何丽带孩子去医院就诊,让医生给孩子注射一年的生长激素,孩子一年内长高了11厘米,可副作用随之而来,经常出现感冒、发烧等症状。此事引发社会广泛关注。

身材高大,择业、择偶就有优势;个头矮小不仅别人看不上,自己也感到自卑。社会竞争激烈,身高几乎已成为个人的“核心竞争力”。家长普遍希望自己的孩子能够“高人一头”,若难以做到,至少不能“低人一等”。担心孩子最终“长不高”的家长,就会想出各种招数来增高,给孩子打生长激素。有些医生看到赚钱的机会,把生长激素吹捧成“增高神药”,进一步加剧了滥打生长激素现象。

激素超量副作用就会很多,像何丽的孩子这样经常感冒发烧还算小事,严重者还可导致甲状腺机能减退、内分泌紊乱、关节疼痛、脉管综合征等。公众不能“谈激素色变”,但对激素的副作用也不能视而不见。家长科学干预身高无可厚非,切莫采取滥用生长激素等拔苗助长的手段,让孩子“追高”不成,反而付出健康受损等代价。

据北京青年报

避开“付费内推”的坑,不能只让学生“擦亮眼”

毕业季来临,一些不法分子借机给毕业生挖“坑”设“陷”,“付费内推”“有偿就业”等乱象时有发生。有报道显示,一些网络平台上,不乏“X万元进入电网、烟草、铁路、石油等好企业”“只要报了3万多元的全流程服务班就有98%的上岸率”等信息。

“付费内推”指某些机构向求职者承诺提供高薪行业就业岗位,但须缴纳相关服务费用。不过,“捷径”未必是最近的路。每年毕业季都有不少学生受“付费内推”“虚假招聘”等求职陷阱诱惑,导致身陷骗局、错失就业良机。毕业生在花钱“抄近道”的同时,也要警惕自己成为不法分子和无良机构的“盘中餐”。

综观市面上不少中介机构推出的“付

费内推”,常以高薪、大厂、“保全职转正”等为诱饵,吸引即将走向就业市场的学生。然而,大多数知名企业实际上并未与第三方机构合作开展“付费内推”等项目,腾讯、中信建投证券等就曾先后发布声明,提醒求职者不要轻信“付费内推实习”的骗局。

现实中,虽然一些中介机构和付费学生签订了服务合同,但由于资源、渠道的缺乏,在实际进行维权时,学生往往寻诉无果,最后只能“吃闷亏”。

今年4月,教育部专门发布提示,提醒大学生要警惕“付费内推”“实习生套娃”“虚假招聘”“非法传销”等求职陷阱。由于大部分学生涉世未深,要精准“避坑”难免

存在难度。

从提醒到惩治,破解“付费内推”等求职问题,仍需高校、企业、监管等多方共同努力,建立教师指导、校企对接、劳动保障、权益维护等多位一体的实习就业规范体系。对“付费内推”等求职陷阱予以更加有力的制约和规范,特别是要加强对“虚假招聘”“虚假内推”等乱象的惩治力度。

避开这些坑,仅靠学生“擦亮眼”远远不够。高校“扶上马”,企业“多帮扶”,监管“加力度”多方合力,才能真正实现人才的有效流通,帮学生走好从校园到社会的第一步。

据中国新闻网

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com