

“悲情营销”莫如诚信经营



时事快评

SHI SHI KUAI PING

网购山西的滞销苹果,为何发货地却在广东?近日,一些商家假借“滞销”之名在电商平台销售水果,甚至使用了同一名老人的照片做宣传。类似“网售滞销水果”的悲情营销套路,引发热议。

针对多个电商平台发布的“苹果滞销”营销策划,山西临猗县政府发布声明,称内容有诸多夸大失实之处,将给当地果农的整体利益造成影响。事实上,打“悲情牌”销售苹果并非个案。近年来,一些商家以“鲜笋滞销”“菠萝滞销”等噱头推销产品,甚至以次充好,扰乱了正常市场秩序,损害了消费者的权益。

相关法律规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。少数商家

打着“滞销”的旗号投机取巧,不仅损害了行业、品牌形象,也侵犯了消费者的知情权。如果造成顾客财物损失,还涉嫌欺诈。有网友还发现,从橙子、柠檬,到镇尺、灯具,某些滞销产品的广告页面,竟然使用了同一幅农民大爷的照片。对于这种侵犯肖像权、著作权的行为,商家也难辞其咎。

通过网店、网帖宣传滞销品,本是应急状况的补救之策;消费者购买滞销品,以善心扶危济困,传播的是正能量。但若苦心孤诣搞虚假宣传、悲情营销,甚至蓄意制造假象,就逾越了经营的道德底线。类似现象频频出现,只会透支人们的同情心,割断买卖双方的信任纽带。久而久之,还将影响真正需要帮助的人。

借助“互联网+”,商贸的渠道更加宽广,人们表达善意的途径也更为通畅。无论是团购贫困户生产的农副产品,还是用“轻松筹”“水滴筹”募集善款,涓涓暖流

很快就能汇成爱心的江海。但“悲情营销”“骗捐诈捐”等现象,则提醒人们对网络虚假信息必须高度警惕。网络平台有责任加强排查和把关,避免虚假信息遮蔽消费者的双眼。对电商平台而言,还应善用图片识别、身份认证等技术手段筑牢安全防线,铲除“悲情营销”的生存土壤。

应当看到,滞销现象在特定时间、特定地域客观存在。除了气候、交通等原因,这与市场调节的滞后性不无关系。就此而言,破除滞销难题,还需“看得见的手”发挥更好的作用。有关地方和部门应合理引导生产品类及规模,莫让“千树万树俱梨花”;做好特色产品的品牌建设和宣传推广,避免“养在深闺人未识”;在发生滞销后及时提供服务,莫让生产者“喊破嗓子无人听”。这样,一心一意做好产品、诚信经营的人终将收获喜悦。

■石羚

有多少水费其实是“空气费”



据报道,上海的吴女士出国五个月,回来后竟发现自己的空房子用掉了200余吨水,水费800多元。自来水公司排查发现是水管内的空气造成,并称这种情况在高层住户家里常发生。当吴女士将阀门关闭停止用水后,别户人家用水时产生的空气就被排进了吴女士家的管道中,导致出现水表自转情况,也导致了高额水费产生。

■据《北京青年报》

自转的水表是个问题产品,让用户不知不觉多缴水费,让供水企业不声不响不当得利。问题未被发现之前,可以说是工作疏忽,但如果明知“在高层住户家里常发生”,却不提前采取安装止回阀等措施,其实已与消费欺诈无异。该装的止回阀要装,该退的费用要退,该道的歉要道。此后,若再有类似事件发生,理当以消费欺诈追究涉事企业的责任。

■止凡

漫说世象
MAN SHUO SHI XIANG

消灭谣言



近日,张家界一些景区再次陷入困扰:耸人听闻的“缆车起火”谣言又一次在网上出现。一边是权威部门找到了谣言根源、依法惩处了造谣者并利用各大平台持续辟谣;另一边却是谣言依旧在各大社群、点对点对话中活跃。一条网络谣言,虽然经过反复辟谣,为何仍有旺盛的生命力?移动互联网时代,常有虚假信息经网络放大、迅速发酵,造成恶劣影响和社会危害。谣言之所以难灭,主要因为“转得轻易”“管得不严”“罚得太轻”。打击网络谣言,营造风清气正的网络传播环境,亟须政府部门、互联网企业、自媒体用户等共同行动起来,形成“灭谣”的合力。

■时锋/文 徐骏/图

众说纷纭
ZHONG SHUO FEN YUN

“共享护士”你怎么看?

新闻背景

“省去了路上和就诊排队的时间,花了不到200元,特别值得。”日前,家住福州城郊的老李,通过一款APP,约了两名护士上门为其护理,共支付了199元的酬劳,其中服务费100元,上门交通费99元。护士上门送医,对行动不便的患者来说是一项极大的便利。记者了解到,巨大的护理需求和专业护理力量通过“互联网+”的形式整合,“共享护士”正在走进普通老百姓家庭,带来便捷高效的服务。

■据《工人日报》

“共享护士”是一种有益尝试

对于“共享护士”的需求方面而言,服务过程中一旦出现意外,可能会导致无法预料后果,该如何保证护士操作中的安全性?服务过程中因涉及隐私不能全程记录服务过程,出现纠纷该如何进行举证?还有的“共享护士”还是在校学生,未取得执业资格,经验较缺乏,如何保证服务质量?对于“共享护

士”的供给方面而言,护士们也有担忧,那就是,上门服务的过程中,自己的人身安全如何保障?“共享护士”的有利因素和制约因素共存,决定了其需在不断摸索总结中推进。下一步的重点,应是制定行业标准,建立健全风险规避制度,使供需双方的利益都得到有效保障。

■向秋

“共享护士”服务需要制度善加“护理”

虽然共享平台方或者地方部门可以自定服务标准,但考虑到我国老龄化不断加剧,发展“共享护士”是大势所趋。等到企业标准相对成熟,应在此基础上研究制定“共享护士”的行业标准和国家标准,

以国家之力为“共享护士”发展提供“护理”服务——根据医疗护理特点、共享经济特点等制定一套完整的行业服务标准和管理制度,让“共享护士”规范而行。

■张海英

“严书记夫人”发飙, 考验正常家校关系



近日,“严书记的女儿”火了。事情发生在成都一家收费不菲的幼儿园,据悉是由于当地某市委副书记的女儿在这家幼儿园经常欺负同学,老师在内部群说要给她单独坐,结果误发到家长群,引起“严夫人”当场发飙,要求老师公开道歉,并表示要找学校开除老师。目前,学校回应并没有开除老师,而网上流传一份“严书记”本人的情况说明,表示已与“严夫人”离婚五年,对此事不知情。

■据《钱江晚报》

家长和学校之间,不该是比谁权势大,而是要看双方是否存在平等、良性的沟通渠道。家长不能因为自己有钱有势,就对学校和老师吆三喝四,而学校和老师对待学生也应一视同仁,不能对有钱有势的家长低三下四,对普通学生家长又是区别对待。在这桩事情中,学校和老师看似弱势一方,值得同情,但也要看到,老师在对待调皮孩子的做法上似乎也有不妥之处。

■魏英杰