新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所 杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

星报传媒
全媒体矩阵

官方微信scxb123

《安徽画报》微信

掌中安徽
微信二维码

掌中安徽
APP客户端

星报官方微博

安徽人的生活指南

非常道

交通部:ETC门架系统与车道改造完成 ETC年底使用率将达九成

据交通运输部消息,10月31日,全国高速公路ETC门架系统建设和ETC车道改造工程建设已全面完工,从11月1日起,全国取消高速公路省界收费站工作已从工程建设阶段转入联调联试阶段。今年9月24日,在国务院新闻办公室的新闻发布会上,交通部部长李小鹏表示,到今年年底左右,ETC发行量要达到汽车保有量的80%,使用率要达到90%。

@澎湃新闻

微声音

别撕死皮!4招拯救秋季干裂的嘴唇

嘴唇只有黏膜、没有角质层,一旦空气湿度降低,黏膜中的水分就会减少,出现干裂、脱皮。用舌头舔、用手撕死皮,只会让症状加剧。正确的做法是:1.多喝水;2.嘴唇可涂抹凡士林、硅霜、维生素E;3.多吃含维生素B2的蔬菜水果;4.戴个口罩。

@生命时报

热点冷评

自热食品亟须戴上国标“紧箍”

□ 刘予涵

冬季来临,火锅更加受欢迎。时下,一种不开火、不插电,只需要一瓶冷水,就能自热的火锅在“懒人”中间流行起来,但享用这种便捷美食的同时,应格外注意安全问题。10月14日,家住太原市太榆路的赵女士在尝试自热火锅时,不慎被烫伤,只好到医院就诊。(11月3日《太原晚报》)

“不用火、不用电,只需一瓶水,就能享用美食”,近年来,自热米饭、自热火锅等自热食品悄然兴起,受到了众多“懒人”和出门旅行者的追捧,无论是在超市和各大电商平台,“自热火锅”都是热销的产品之一。

然而,看上去方便简单的自热食品,却隐藏着种种安全隐患。据了解,自热食品的发热原理是发热包和水的化学反应,发热包遇水后即刻升温,温度高达150℃以上,蒸汽温度达200℃。一旦加热包发生破损或膨胀,可能会喷出高温液体和蒸汽。近年来,自热火锅爆炸、烫伤事件时有发生,引发了人们对自热食品安全问题的关注。

遗憾的是,尽管自热食品存在诸多隐患,但由于自热食品属于新生事物,目前并无相应的国家标准,在现行的《食品生产许可分类目录》中,自热米饭、自热火锅等并未被收录其中。标准的缺失,导致行业准入门槛较低,发展十分粗放,一些大品牌的主流厂家虽然有企业标准,但也良莠不齐、鱼龙混杂。因而,从安全的角度出发,给自热食品制定国家标准很有必要,也很迫切。

近年来,出于对自热食品公共安全的担心,不少地方出台规定禁止在公共交通工具上使用自热食品。比如广西、福建、四川等地已将自热食品列入“黑名单”。笔者以为,仅禁止自热食品在特定场合使用还远远不够,并不能从根本上消除自热食品的安全隐患,最根本的还是有赖于国家尽快制定国家标准,出台相关的法律法规,规范自热食品的生产标准并施以严格的监管,不能放任无序的生产经营,这样才能促进行业良性发展,让消费者安全得到保障。

时评

小区收进门费 为了“安全”还是“赚钱”?

□ 郝冬梅



留下买路钱 王恒/漫画

快递网点在西安城南的甘家寨小区内,每天外出送货会进出小区多趟,但从11月1日开始,三轮车进入甘家寨小区一次要收2元门禁管理费。小区称是为了安全,有快递员认为太贵。(11月3日《华商报》)

为何要实施“快递进小区收进门费”制度?这个小区的物业管理部门倒也“坦率”:是为了确保居民的安全,这么多快递公司,这么多快递小哥,导致了“外来人员”的增多,不考虑安全不行。听着吧,这话倒蛮有道理,物业公司当然要考虑小区的安全。

不过,一次收取2元的进门费用,并没有将“潜在的危险”拦截下来。“收费进入”与“免费进入”,其实快递小哥还都是那些人,进入的人员并没有减少,并不能降低安全隐患。

“送货上门”是快递行业的承诺,即便需要“每次2元钱”,为了兑现承诺,快递小哥也要进入小区,不然就无法实现“送货上门”。因此说“收费进门”是“为了安全”的说法站不住脚。笔者以为,物业这种行为主要是看上了“不义之财”,想依靠“收进门费”增加自己的收入。

快递是个辛苦的职业,“进门收取2元”,快递公司显然不会支付,只能由快递小哥自己承担。对于这样一个依靠辛苦劳动支撑生活的职业,小区物业公司好意思“张开大口”?快递小哥要长年累月“进入小区”,一次2元的“进门费用”长年累月就是不小的开支。假如说,“快递进小区收进门费”成为常态,成为所有小区的标准模式,那快递小哥的损失就更大了,送一个快件也只能赚取几元钱的微薄收入,难道物业公司要当“利益的扒皮者”?

再说了,小区是大家的,即便真的能收“进门费用”,这笔钱就能心安理得地装进自己腰包?严格意义上来说,这笔财富也应该属于全体业主。随着越来越多的人加入到网购行列,快递进小区已成普遍现象。因此,“快递进小区收进门费”并不合理,“快递进小区收进门费”不过是“拦路劫财”的新翻版。

时事乱炖

“二次消费”岂能成影楼潜规则

□ 杨玉龙

记者调查发现,在网络商城中,不少商家公开出售增加影楼“二消”利润的话术和套路。影楼从业者坦言,由于市场竞争激烈,一些影楼纷纷缩减了公开的摄影套餐的利润,“二次消费”则成为收入的主要来源。律师指出,影楼的潜规则行为已经侵犯了消费者知情权、自主选择权等多项权利。(11月2日《北京青年报》)

影楼“二次消费”媒体早有报道。从消费实践看,商家先降低套餐内服务水准,进而在婚纱、化妆、拍摄、修片和装裱等环节上设置加钱项目。当消费者“一步一个坑”地走完拍摄流程,发现最终价格已经翻倍,远远超出预算。对于一些不明真相的消费者,往往会稀里糊涂挨宰,即便是发现挨宰在维权时也会遇到诸多障碍。

从法律角度而言,《消费者权益保护法》第八条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。所以,让消费者不明其理的“二次消费”,实则是对消费者知情权与公平交易权的侵害。尤其是,若其中存在利用不正当手段欺骗、误导消费者,且有一定证据支撑,诚如律师指出,客户则可主张其构成欺诈消费者的行为,并要求赔偿。

规避影楼此类潜规则,强化市场监管是根本。这样的“行业潜规则”终究是行业丑态。市场监管部门不能对其放任,一些地方前些年就曾出台过《关于禁止摄影服务经营者照片底片强制收费行为的通告》,但从现实来看,一则市场监管部门当加强消费警示,提醒消费者增强防范意识;二则对于侵害消费者合法权益的不法行事,当加大法律惩治力度。

同时,从行业发展角度来看,“二次消费”这样的小聪明,只会令市场主体丑化自身形象,即便可以得一时之利,但也会使自家生意走下坡路。所以,作为服务行业应该加强行业自律,坚决抵制违法违规的潜规则,且更应该将精力用在提高服务技术与质量上,切忌因为小利而失去顾客市场,这也是对消费者的真正负责。