

快评

减少不必要活动就是最好抗疫行动

这几天,疫情突然拉起了警报。目前,不少省市都发出建议,提出非必要不出外,尤其要减少不必要的聚会,不宜举办或参加人员较多的聚餐聚会,避免在密闭空间聚会,活动尽可能简短并注意开窗通风。有一些地方更是明确提出,“安心宅家就是对抗疫最好的支持”。这里的“安心宅家”,是为了保小家为大家。

疫情是魔鬼,既凶残又狡猾,这次“德尔塔”又给予了证明。根据专家介绍,“德尔塔”对身体的适应力增强,传播速度比较快,病毒的载量比较高,治疗时间比较长,容易发展成为重症。对“德尔塔”的深入研究正在进行中,这主要是科研人员的事,一般人有心帮忙也是无能为力。对于一般人来说,最应该做的也是最能做的就是不给“德尔塔”接触的机会。不管什么毒株,总需要载体传播,只要切断传播链,也就失去了肆虐可能。“德尔塔”看不见,是否被感染也没有写在脸上,好的办法,就是精准防控,严密布控。



各地的防控形势不尽相同,执行的防控政策也不尽相同,但总的原则应该是减少不必要活动。虽然减少的程度和幅度也不尽相同,可以肯定的是,不少习惯需要改变,不少安排只能放弃。北京明确,本市报告确诊病例所在街道和单位人员原则上不允许出京,如需出京,须持“健康码”绿码和48小时内核酸检测阴性证明;建议市民朋友近期减少出京,以京郊和中短途旅游为宜,以室外活动为主……这么做不仅是对大局负责,也是对每个人的生命健康安全负责。

斩断“刷单炒信”链条

近日,市场监管总局公布了第二批网络虚假宣传不正当竞争典型案例,涉及四种不同类型的刷单方式,对直播带货中虚构关注度、流量、雇佣专业团队、“刷手”、虚假交易、“寄空包”等“刷单炒信”行为进行曝光。

自互联网经济诞生以来,“刷单炒信”现象就如影随形。由于互联网用户与商家之间缺乏直接的信任基础,需要依靠好评、关注度、交易量、点赞量等作为商品或服务好坏优劣的评价依据。这种单向性的评价模式,虽能在一定程度上反映商家商品质量和服务水平,但也存在某些造假的空间,有商家就利用“刷单炒信”方式增加信用指数,迷惑用户,从而达到流量变现的效果。

近年来,在监管部门的严厉打击下,部分商家为了逃避监管,不断更新“刷单炒信”模式,令打击难度增加。从“打蛇打七寸”的角度看,商家“刷单炒信”不可避免会在平台上留下操作痕迹,也就是说,如果严查的话,完全有可能利用技术分析手段,将“刷单炒信”连根拔起。

前不久,知名电商平台亚马逊封禁了大批商家账号,冻结了大量资金。亚马逊的封禁理由是这些商家被平台审查出有“不当使用评论功能”“向消费者索取虚假评论”或“通过礼品卡操纵评论”等违规行为,违反了平台管理规定。这些经验值得借鉴,监管部门应督促平台守法合规经营,加强商家日常管理,采取严格审查措施,对违规“刷单炒信”商家施以重拳,让平台经济回归清朗本源。

(据《经济日报》)

体彩开奖公告			
第21197期			
排列三	064		
排列五	06435		
全国中奖情况			
玩法	奖级	中奖注数	每注金额
直选	3357注	1040元	
	15262注	173元	
排列五	直选	10注	100000元

体彩开奖公告			
超级大乐透第21085期			
出球顺序 01 12 26 15 35 11 10			
开奖结果 01 12 15 26 35 10 11			
全国中奖情况			
奖级	中奖注数	每注金额	
一等奖	基本	6注	7421868元
	追加	0注	0元
二等奖	基本	99注	137086元
	追加	22注	109668元
三等奖	基本	176注	10000元
四等奖	基本	850注	3000元
五等奖	基本	16538注	300元
六等奖	基本	21811注	200元
七等奖	基本	31666注	100元
八等奖	基本	666153注	15元
九等奖	基本	6653402注	5元
合计	0注		
本期奖池资金:775634441.02元			

减少不必要活动,意味着要有更多的时候宅在家里。对此,不要消极观望,完全可以有一个积极的心态,多做一点有意义的事情。即便宅在家里,也不能被手机支配和绑架,不能迷信手机。一片众声喧哗当中,要避免“信息茧房”,警惕“谣言当家”,防止被“竞争性真相”“虚构式信息”迷惑和绑架,多从权威渠道了解权威声音。要学会“放下手机”。

减少不必要活动,尤其是因为防疫需要宅在家里,肯定会带来一些不便。对于个人来说,要从大局出发给予理

解,主动疏解,尽量化解。对于有关方面来说,也要做好各种准备,应对疫情防控的需要。比如说,办事的问题,要下决心加快推进互联网政务,把更多的事项移到网上,真正实现“让数据多跑腿,让群众少跑路”。

减少不必要活动就是最好的抗疫行动。在疫情面前,千万不能有任何麻痹心理、侥幸心理。北京市疾控中心发布健康提示,市民接种疫苗后仍需做好个人防护,体现的正是这一点。事实也证明,切实做好防护,能够大大减少感染的风险。反之,如果个人不加以重视,那么疫苗再发达,不管接种什么疫苗,也未必有用管用。

(据《北京青年报》)

收费高服务差 求职服务行业不能野蛮生长

“承诺‘内推’‘保offer’,价格一般在1万元至10万元,少数针对国外顶尖咨询公司的‘保offer’服务费用甚至高达数十万元。”暑期来临,秋招季即将开始。在大学生尤其是应届毕业生、留学生的网络社交圈中,关于求职辅导、“内推”“保offer”的广告五花八门。广告描述中,成千上万的大学生通过其专业辅导和特定途径,顺利斩获投行、券商、事务所、互联网等行业的优质offer。

但是这些动辄上万元的服务靠谱吗?答案却是肯定的。一者,各头部公司并不允许内部员工通过“内推”获得灰色收入。部分机构所谓成功的案例,很大程度也不是因为相关机构的服务起了作用,而是求职者本身符合企业的招聘需求。而且行业人士透露,真的通过花钱买到“内推”入职机会的不到一成。与此同时,不少学生、家长前来投诉、要求退费的情况很多。二者,这些服务机构虽然收费高,但是服务水平参差不齐,服务质量完全得不到保障,甚至不仅不能为求职者提供求职就业服务,帮助他们顺利就业,反而可能耽误求职者的求职之路,浪费宝贵的机会。

打着“内推”“保offer”等旗号的服务之所以能收割一大批求职者,不过是利用毕业生求职心切的弱点,一边虚假夸大宣传服务效果,一边刺激、放大求职者的焦虑。另一方面,则是一些毕业生在面对严峻的就业形势时,

缺少职业规划,同时又不自信,并且希望通过花钱的方式走捷径。所以才会有寄希望于求职机构。因此,就求职者而言,在选择相关服务时,必须破除侥幸心理。最关键的还是提前准备、早作规划,提升自己的核心竞争力,把求职的主动权掌握在自己手里。

求职服务行业本是高校就业服务的一个补充,如果健康发展的确能够为求职者提供更多求职便利。对于目前混乱的市场,同样要求监管部门完善行业服务规范,加强对虚假宣传、对损害求职者权益行为的打击。对于侵犯求职者权益的行为,有关监管部门也应该及时介入,畅通消费者的投诉维权渠道,维护好求职者的利益。(据光明网)



山西省住建厅近日下发通知,要求加大物业服务收费公开力度,对不按规定公示的物业公司,将查处曝光其违法违规行为。

徐德

新华社发

用“铁腕整治”击垮“关不掉”

针对用户反映强烈、投诉较多的手机APP诱导用户点击跳转、弹窗广告难以关闭等违规行为,近期,工信部进行了集中整治,督促企业重视用户诉求,按照要求整改。数据显示,今年第二季度,手机APP开屏弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,诱导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%。

手机APP广告真的关不掉吗?第二季度的“两降”传递,只要严格的整治来了,哪有什么关不掉。对广大手机用户来说,对整治要有信心和耐心,相信在各个方面的跟进配套发成为老旧小区改造的重要环节。然而在实际中,加装电梯往往由于居民安装意见不统

一、筹措资金数额大等原因难以落地推行,随之带来的各方利益分割与博弈甚至会成为激发邻里矛盾的导火索。“交电梯”的出现无疑提供了一个具有可操作性的参考样本,居民无需承担电梯安装及维护的费用压力,“谁使用谁交钱”的方式让居民可以依据自身的真实需求挑选是否搭乘电梯,既减轻了业主的经济负担,也满足了不同楼层间的“心理平衡”。

“交电梯”想要行稳致远,还需真诚回答如何在兼顾各方利益基础上合理制定收费标准、如何保障居民而

发力,方能确保整治真正取得实效。除此之外,广告推送威胁隐私安全、部分手机APP广告涉黄涉赌涉假等问题仍存在。当手机成“手雷”,监管和治理都面临着巨大考验,可以说也提出了更高的要求。魔高一尺道高一丈,相关各方面必须用决心说话,用措施说话,用实效说话,用“铁腕整治”击垮“关不掉”。

“不断加大工作力度,扎实推进手机APP广告专项整治往深里走、向实里走,强化提升用户感知。”决心就是力量,愿该降下来的一降再降,该升起来的,一升再升,让每一位手机用户再也不被“关不掉”所困扰。(据南方网)

“公交电梯”值得鼓励推广

走进电梯,对着电子屏幕“刷”一下脸,就可以到达相应楼层,加装电梯和后期维护保养不需要居民出钱,只需像乘坐公交车一样按次付费……近日,浙江杭州为解决老旧小区改造难题而创新推出的“公交电梯”引发关注。

院老、房老、基础设施配套不完善等问题一直是困扰老旧小区居民的烦心事,也是现代社区治理的顽疾。在人口老龄化的大势所趋下,适老化设施、无障碍设施的跟进配套愈发成为老旧小区改造的重要环节。然而在实际中,加装电梯往往由于居民安装意见不统

部信息录入后的数据安全等问题。当然,“交电梯”只是一种方式,未必能在解决老旧小区改造难的困境上百试百灵,但为推动这一民生工程提供了好思路,即探索由政府、居民、社会力量合理共担的机制,以新增设施有偿使用、落实资产权益等方式,吸引各类专业机构等社会力量参与城镇老旧小区改造、建设、运营和管理中来,通过三方的有机衔接和良性互动,不断回应人们对美好生活的期盼,让“微改造”串起“大幸福”。

(据《云南日报》)

“颜值消费”应有度

今年高考结束,庞大的考生群体逐步释放出巨大的消费活力。运动健身、视力矫正、牙齿矫正、美容美发等成为高中毕业生消费的主要领域,“颜值消费”成为学生暑期经济新热点。

点评:

“颜值消费”的背后是近年来逐渐崛起的“颜值经济”。伴随我国消费结构的升级,越来越多的人开始注重仪容仪表。于是,“颜值消费”愈加年轻化,不少高三毕业生也加入其中。尽管“颜值消费”推动了有关行业发展,可以满足市场和消费者需求,但需要指出的是,“颜值消费”应安全有度。

一是消费者要根据自身需求,消费真正适合自己的产品或服务,切忌东施效颦,以致画蛇添足。二是消费应当保持客观理性,尤其是高中毕业生在无收入来源、需依靠父母的情况下,更应从自身实际出发,权衡利弊,注重产品或服务的性价比,选择适合自身的消费,切勿脱离实际,盲目攀比炫耀,这既是对自己负责,也是对家庭负责。

消费者在进行“颜值消费”时还应睁大眼睛,选择正规渠道、机构,防止上当受骗。现实中,诸如“美容不成反而毁容”的事件不时曝光,因“颜值消费”陷入套路贷的例子时有发生,必须加以防范。只有消费适度、客观理性、保持警惕,有关群体才能消费得放心、舒心。(据《经济日报》)

“偷脸”行为当严惩

商家未经消费者同意擅自采集人脸信息进行数据分析、物业强制将人脸识别作为业主出入的唯一验证方式……如今,解决这些纠纷有了法律依据。《最高人民法院关于审理使用人脸识别技术处理个人信息相关民事案件适用法律若干问题的规定》日前公布,对经营场所滥用人脸识别技术、小区“刷脸”进门等问题作出明确规定。

点评:

近年来,人脸识别技术在银行、企业、住宅安全和管理等领域得到广泛应用。但一些商家以安全快捷的名义强制消费者使用人脸识别技术,也屡屡引发舆论热议。2019年,就发生了国内消费者起诉商家的“人脸识别第一案”。人脸作为重要的生物识别信息,一旦遭到泄露,将可能给当事人带来麻烦和损失。

此次最高法发布的司法解释明确规定了人脸识别技术的应用范围,划清了应用边界。人脸是具有高隐私性的个人信息,要做到“我的隐私我做主”,要用法治保障防控人脸识别遭到滥用的风险,让“偷脸”行为止步。

对于公众来说,也要增强个人的信息安全保护意识、维权意识。当更多公众重视保护个人信息,当法律更给力、更完善,才更有利于筑牢公民个人信息安全防护墙,从而遏制人脸识别技术的“双刃剑效应”,让人脸识别等新兴科技为现代生活带来更多便利。(据《云南日报》)

莫让公示牌虚设

近年来,一些城市在街道小巷张贴街巷负责人公示牌,姓名、职责、电话等信息一目了然,居民有什么问题,可以随时联系到负责人。但有些公示牌疏于管理,导致问题多多:有的磨损缺字,看不清号码;有的所公示的电话号码始终无人接听,联系不到负责人;还有的街巷负责人早就换人了,但公示牌上的信息却一直沒有更新。

点评:

街巷是社会治理的重要一环,与群众的联系最紧密,处在为民办实事的第一线。如果因为信息不准确等原因让居民联系不上街巷负责人,不仅有违设置公示牌的初衷,也会导致责任掉线。建议有关部门加大维护力度,实时更新公示牌,畅通为民服务的“最后一公里”。

(据《人民日报》)

用理性更好呵护爱心

河南郑州的暴雨洪灾自暴发以来就一直牵动着全国人民的心。全国众多企业向灾区捐款捐物,帮助受灾群众渡过难关。其中,鸿星尔克因为自身负债仍捐款5000万元而“出了圈”。

点评:

网民们用购买产品的实际行动纷纷为鸿星尔克点赞,网店的鸿星尔克产品在短时间内一销而空,全国各地的线下店铺也被买至断货,甚至出现了“买500给1000”的“野性消费”现象……对此,笔者想说,大家热爱捐款企业的情感绝对值得肯定,但要让“野性”的爱回归理性。

“野性消费”行为体现的是人们满腔的爱国热情和家国情怀,其背后更是人们为了让良心企业能够“好人有好报”的朴素情感。但事物都有两面性,人们看似购买实则捐助的“野性消费”,是大家对捐款企业的热爱,但为捐款企业点赞的同时,也不能道德绑架,逼迫别的企业捐款或捐更多的款物。一方有难、八方支援。团结互助、扶贫济困、乐善好施是中华民族的传统美德。每当我们遭受大灾大难时,总有无数普通人伸出援助之手,也有众多企业慷慨解囊捐献爱心。我们要以行动倍加珍惜这样的善行,用理性更好呵护这样的爱心,众志成城、守望相助,团结一心、共渡难关。(据《陕西日报》)

减少外卖点餐浪费

随着互联网发展,外卖点餐等线上消费规模越来越大。在堂食等传统消费场景中,消费者对食物的成分、分量等有直观感受,也可根据消费习惯、经验以及商家的菜品展示、菜谱、餐具或双方沟通等信息来做出判断,而商家也可根据消费者的点菜情况实时进行提示、劝导。但在外卖点餐时,不少消费者并不清楚所点菜品的量到底有多大、够不够吃,对其原料、口味、制作工艺等不一定了解,这些都有可能造成浪费。

点评:

外卖点餐的餐饮浪费问题不容小觑。这就要求餐饮服务经营者和餐饮外卖平台多承担菜品成分、具体分量等信息公开和提示责任,与消费者高效沟通,补足信息短板,减少外卖点餐浪费。(据《人民日报》)