

“车顶维权”成热点,是谁让谁不“体面”?

观点
提要

这不是“车顶维权”第一次引发舆论热议。作为汽车行业的“明星”品牌,特斯拉对质量的自我要求、对用户的承诺需要与市场期待相匹配,这样才能获得更多消费者的信任和青睐。

□ 王辰阳

2021上海车展19日开幕,一名女士身穿“刹车失灵”字样的T恤衫,站到车顶在特斯拉展台维权,一时成为舆论热点。

几乎同样的维权场景,已经不是第一次以这样激烈的方式为公众所知了:2月下旬涉事车辆出现车祸,3月9日,车主手

持喇叭坐在特斯拉车顶维权引发网友热议;4月上旬,车主亦曾携涉事车辆出现在郑州某车展,扯出横幅表示“绝不背黑锅,坚决维权到底”。出现这样的事情,到底是车主的不体面,还是车企的不体面呢?

车主和车企之间,难免会有矛盾和纠纷。事实上,这不

是相关车企第一次遇到“车顶维权”,这也不是“车顶维权”第一次引发舆论热议。站上车顶维权既不安全也不体面,于公共秩序更无益。于上海车展而言,出现这样的事情,有关方面应当依法依规,该调查的调查,该处理的处理。与此同时,在社交网络上,也有不少舆论认

为,消费者对于产品质量和服务的关切,车企应当更加认真,直面问题。

据统计,从2020年以来,不同媒体曝光相关车企的产品刹车失灵、充电自燃问题已经累计超过几十起,发生在北京、上海、杭州、广州、深圳、南昌等多地。面对消费者的质疑,车企

不能只强调客观因素。

作为汽车行业的“明星”品牌,特斯拉对质量的自我要求、对用户的承诺需要与市场期待相匹配,这样才能获得更多消费者的信任和青睐。解铃还须系铃人,对任何企业而言,提供优质的产品和服务才是正道。

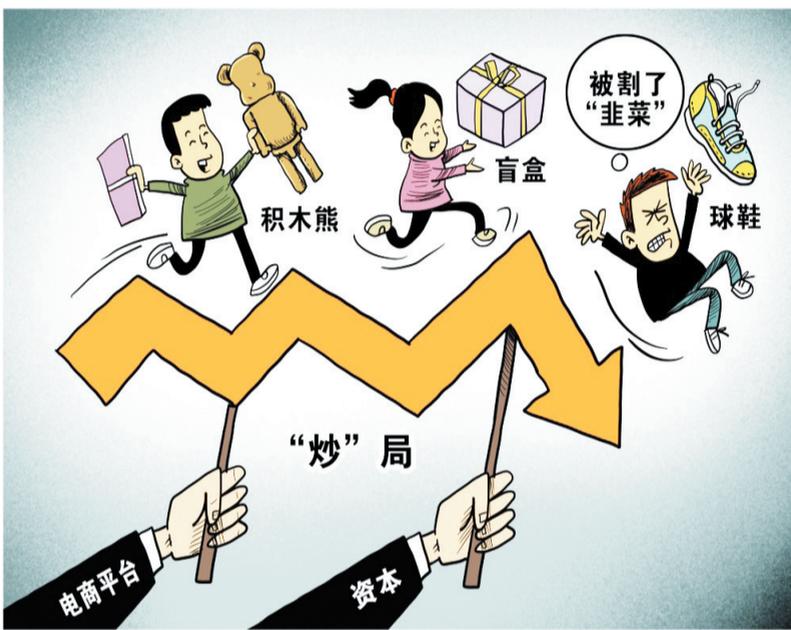
大众报业集团十大名牌专栏
诗评画议

炒鞋一过炒熊热,一夜暴富净瞎扯。
黑幕重重套路多,别成韭菜再被割。

绘画 朱慧卿 配诗 郝玲

继“炒鞋”之后,“炒熊”又成了当下“炒”局里的一个热点,一些其实很平常的积木类熊造型玩具,被炒到了十几万元甚至更高。

“新华视点”记者调查发现,“炒熊”背后黑幕重重,一些年轻人渴望“一夜暴富”,盲目入市“炒熊”,殊不知套路重重、暗藏风险,多数人或将面临被“割韭菜”的命运。
据新华社



谁在逼“张煜医生”删帖?

□ 佚名

4月18日,自称北京大学第三医院肿瘤内科医生的知乎用户“张煜医生”在平台发文揭露“肿瘤治疗黑幕”,爆料者很快就因“无法承担压力和可能带来的后果”自行删帖。

国家卫健委已经表示,将对有关情况和反映的问题进行调查核实,相关问题一经查实,将依法依规严肃处理,绝不姑息。事实正在调查,但目前群众也关心究竟什么神秘力量逼爆料者删帖?监督医疗公平的声音为何会受到压制和束缚?乱象背后的既得利益集团能否打破?未来如何让公平正义的守护者敢于发声?

“肿瘤治疗黑幕”的存在让问题的答案藏在深处,也让每个人都有不安全感。应当果断破除黑幕,斩断影响医疗公平的黑手。

医生穿上白大褂,就接受了救死扶伤、弘扬大爱的神圣使命。但不可否认,现实中却有一些医疗机构和少数医生因利益驱使将本可以托付生命的医患关系异化为消费关系。

医疗行业专业性强,普通人医学知识欠缺,医患双方信息不对等,后期鉴定和维权难度较大。因此在维护医疗公平上,社会需要勇于发声、敢于发声的“监督员”,公众需要敢于说真话、敢于捅破黑幕的“良心人”。

有关部门要查一查谁在逼“张煜医生”删帖,顺藤摸瓜揪出“医疗黑手”,破除妨害公平的“医疗黑幕”。要靠强大的监督、制度的“笼子”让医疗卫生回归纯粹,让患者不再被当成摇钱树,让医术回归仁术。

节假日酒店大幅涨价需综合应对

观点
提要

“每逢佳节必涨价”成为许多酒店的保留节目。节假日酒店价格可以上涨,但也应该在合理范围内,不应漫天要价,大涨乱涨。有关部门应引起重视,综合施策,有效化解。

□ 张涛

同程旅行近日发布的《2021年“五一”假期居民出行预测报告》显示,涨价是今年“五一”长假旅行消费最突出的特征之一。秦皇岛、珠海、青岛、汕头、扬州、上海、广州、厦门、嘉兴、三亚是目前酒店价格同比涨幅最高的10个旅游城市。其中,排名第一的秦皇岛同比涨幅达到222.2%。

随着防疫形势稳定和疫苗接种率提高,国内旅游业回暖,即将到来的“五一”假期有望成为“史上最热黄金周”。游客的出游热情高涨,直接带动酒店价格水涨船高。从同程旅行发布的这份预报来看,各地酒店“涨”声一片。

近年来,“每逢佳节必涨价”成为许多酒店的保留节目。据报道,在疫情之前的2019年“十一”黄金周,全国酒店普遍

涨价至少2倍,最多涨价达14倍之多。酒店行业实行市场调节价,经营者有自主定价的权利。从经济学讲,商品价格除了取决于成本因素外,还受供求关系影响,供大于求,价格下跌;供不应求,价格上涨。节假日期间,公众扎堆出行,热门城市和景区酒店爆满,一房难求,这无疑给了经营者涨价的底气。

对此,一些消费者在表示理解的同时,也提出了质疑:有的酒店动辄涨价几倍、十几倍,是不是有些太“任性”了?有些酒店一味跟风涨价,设施服务和价格完全不匹配,明明就是普通的快捷酒店,却赶上五星级酒店的房价,给人一种“趁节打劫”的感觉。

从公平交易的角度来看,节假日酒店价格可以上涨,但也应该在合理范围内,不应漫天要价,大涨乱涨。否则,不仅直接

加重了游客的经济负担,而且容易损害城市的外部形象,不利于当地旅游业的长远发展。对此,有关部门应引起重视,综合施策,有效化解。

首先,适时进行价格干预。《价格法》在赋予经营者自主制定属于市场调节的价格同时,规定“与国民经济发展和人民生活关系重大的极少数商品价格”,政府在必要时可以实行政府指导价或者政府定价。比如,从2011年起,海南明确规定旅游饭店客房价格主要实行市场调节价。主要节假日、重大活动期间可以实行政府指导价。又如,近年来每逢洛阳牡丹文化节,河南洛阳就对城区客房价格实行价格指导,以控制涨幅。这种做法值得其他地方借鉴,对于节假日酒店大幅涨价,适时实行价格指导。

其次,加强执法监督。节假

日期间是哄抬价格、串通涨价、价格欺诈等价格违法行为高发时段,有关部门应加大监管力度,开展节假日价格专项执法检查,对于不按规定明码标价、预订成功后酒店单方面毁约、平台滥用大数据杀熟等现象依法查处,以儆效尤。

此外,落实带薪休假。归根结底,节假日酒店大幅涨价,源于公众“井喷式出游”,这也从侧面折射出带薪休假落实不力的尴尬。去年8月,人社部在答复全国人大代表建议时表示,将落实带薪年休假制度作为劳动保障监察的重点内容,依法监督检查用人单位贯彻执行带薪年休假制度情况。

从长远来看,只有带薪休假全面落地,公众自主错峰出游,才能化解市场结构性供需矛盾,为酒店任性涨价釜底抽薪。