

三江热议

“仅退款”被滥用不能总是“无解”

叶金福

肖先生经营一家服饰网店,他向记者反映,经常遇到退货回来的衣服有刺鼻的香水味或明显的瑕疵,虽然吊牌和商标都还在,却无法进行二次销售。甚至有些消费者专门研究如何将自己穿过的衣服退给商家,并与其他消费者分享自己的“成功经验”。因为有平台要求“7天无理由退货”,加上有运费险的“庇护”,消费者不需承担任何损失就可以退货,这在客观上助长了“仅退款”被滥用现象。

8月20日《宁波日报》

“仅退款”是指消费者在电商平台上买到“严重劣质、货不对板”等商品时,平台经评估后可以支持消费者仅退款不退货。对于这项新服务,绝大部分消费者认为有助于劝退一些以次充好的不良商家。

按说,电商平台推出“仅退款”机制,这既能降低购物门槛且打消用户的顾虑,也能倒逼商家重视商品质量和诚信经营,有助于提升平台竞争力。可以说,“仅退款”机制,对于商家和消费者而言都是双赢之举。

但现实中,有少数消费者竟然利用“仅退款”规则,干起了“薅羊毛”的勾当,明明商品没有瑕疵,也要“鸡蛋里挑骨头”,以求达到“仅退款”的目的。比如:有买家说,发现袜子上有个线头,拒绝退换货,要求直接退款,否则就要写差评。这说明,“仅退款”机制还需进一步完善。

笔者以为,“仅退款”被滥用不能总

是“无解”,需多方发力,综合施策。

首先,电商平台作为电子商务生态系统的核心,有义务和责任去维护健康的消费生态,不妨通过建立商家快速申诉、投诉通道与处理机制,既要提升消费者的体验,又要防范消费者权利的滥用。同时,电商平台可以利用大数据技术,对与“仅退款”相关的关键字眼进行抓取分析,从而建立更加具体的识别机制,明确适用“仅退款”的情形。比如通过梳理总结不同品类、不同服务的特点,明确“仅退款”在满足哪些条件时才能发生,在系统中进行明确的参数设置,让无良消费者无机可乘。

其次,市场监管、消保委等监管部门应积极承担起监管的主体责任,既要在执法监管等层面形成制度合力,又要善用技术手段去做数据分析和统计,对于有明显证据能证明是滥用“仅退款”机制的消费者,可以将其纳入“黑名单”,倒逼更多消费者自觉远离利用“仅退款”规则漏洞恶意“薅羊毛”。

其三,商家一旦遭遇无良消费者恶意“薅羊毛”,就应积极大胆地拿起法律武器维护自身合法权益不受侵害,切忌为了不被差评而选择忍让,从而助长了无良消费者恶意“薅羊毛”的嚣张气焰。

当然,消费者也要学会诚实守信。其实,“仅退款”也是一面镜子,考验着消费者的个人诚信度高不高。如果消费者恶意利用“仅退款”规则的漏洞“薅羊毛”,那势必既有违个人诚信,又损害了他人的合法权益。如此,可就失信又失德了。

图说世相



用AI技术反制AI骚扰电话

“您可算接电话了,这里有一份××保险需要吗……”一听到这样的电话开头,湖南益阳市民刘先生就知道是AI机器人打来的骚扰电话,“真的快烦死了。”近期遭遇AI语音“轰炸”的人不在少数。由于不同商家使用各类AI电销平台,不少群众反复中招,不堪其扰。

8月20日《法治日报》

阿拉有话

纳凉现场农产品唱“主角”
这个可以有

郑建钢

8月16日晚上,由海曙区望春街道徐家漕社区和星火公益联合主办的“消暑有妙招 迎秋乐无边”社区纳凉节活动火热开启。居民们走出家门口,感受社区生活的烟火气。值得一提的是,这场纳凉晚会上,来自樟村的切面、笋丝,以及集士港镇村民滞销的黄花梨等农产品成了整场晚会的“主角”。

8月19日《宁波晚报》

一场纳凉节,推介面对面,不但让个体农户多了一次推销自己产品的机会,而且同时也让社区居民能够零距离接触和了解优质农产品。牵线搭桥的社区和公益组织做了一件大好事。

这种被徐家漕社区党委书记陈高称为“嵌入式服务”的农产品推介活动,不正是大伙在帮助农户推介农产品,其实是一种双赢。对于纳凉节的居民来说,不出小区,在家门口就能买到新鲜的农产品,西瓜、黄花梨正好可以作为纳凉消暑食品享用,而且价格也很实惠,就像潘女士,恰好买到了女儿爱吃的切面,高兴之余,主动地吆喝邻居前来消费。

值得肯定的是,为了提高推介活动效果,社区动足了脑筋,精

心准备了“叶子到餐桌”“蒙眼吃西瓜”“沙包保龄球”等游戏,大家可以根据自己所收集的游戏章兑换相应的农产品,也可以通过各种趣味比赛获得由各种农产品组成的奖品,给本来就热闹非凡的纳凉晚会加了“一把火”,让居民们感到新奇而又惊喜。

农产品种植本来要靠天吃饭,很不容易,推销售卖又不是农户的强项,比如电商、微商,多数农户操作起来就有难度。社区助农,帮助推介农产品,是一个助力乡村振兴的很不错的创意,社区本身也不失为宣传推广农产品的最佳窗口。特别是像徐家漕社区那样靠近海曙西片区乡村的社区,更具有得天独厚的优势:农户距离近,运输方便,补货迅速,销售成本低,特别适合个体农户销售农产品。

让农产品唱“主角”的社区舞台,经过合理安排,在不影响市容环境的前提下,可以在小区合适的地方设立相对固定的摊位,或者与附近的小区会所、便利店、小超市合作,把它当作一个农产品推广的窗口。如果能够与农业合作社合作,农产品走量更快,促销效果更好,有利于建立稳定可靠的农产品销售体系。

街谈巷议

让亲子游回归本意

凌波

家长想带孩子“行万里路”“读万卷书”,可有些孩子只关心博物馆里的文创雪糕什么口味,景区门口的蚂蚁老巢在哪里,这么热的天为什么还要出门排队……原本期待满满的亲子游,结果却不尽如人意。

8月17日《宁波晚报》

亲子游,似乎已成了暑期的标配,成为许多家庭的刚需。不少父母原本精心准备,想着带娃“见世面”,却不料孩子“不领情”,旅程结束直呼“没意思”。本应是一段充满欢乐与收获的美好时光,现实中却常常变成一场“家长闹心,孩子扫兴”的尴尬之旅,这其中反映的问题值得我们深思。

亲子游中,造成孩子们“体验感”差,除行程安排不合理、忽视孩子的兴趣和认知水平外,一个重要原因就是,承载了太多“学”的成份。很多亲子游,带有强烈的功利性,“寓教于游”的动机,展露得淋漓尽致。有报道称,打卡语文教材里的景点,“课本游”成为暑期亲子游主流。试想,如果去南昌,就要背诵《滕王阁序》;如果去杭州,就要背诵《晓出净慈寺送林子方》;如果去绍兴,就要背诵《从百草园到三味书屋》,那就是把语言课的教室搬到了景点,恨不得通过这场旅行来提分。

无论是游山玩水,还是访古探幽,都带着一种“阅读理解”“思考探究”的学习范,回家后说不定还要写“游记”。这样,“学”成了亲子游的主旋律,“教育目的”贯彻整个行程,这哪里还是旅游,分明是在旅途上上课,难怪孩子们“不领情”“不买账”。

“读万卷书,行万里路”,游学并不是在旅途中教学,而是诉诸沉浸式的体验与自发式的感悟,更多是在自然的探究、人文的研究中增长见识。游学有教育的功能,但毕竟不是在课堂上学习。如果去一次旅游,就要打卡多少个景点,到了景区就要背几篇诗词,到科技馆就要学会几个公式、记住多少个知识点,这样目的性很强的亲子游,只会给孩子造成压力,违背了亲子游的本意。所以,从这个意义上说,亲子游不应该功利化,而应回归“游”的本意。

亲子游的本意,无非就是以孩子的需求为导向,陪伴孩子成长的一次旅程,其体验是家长轻松、孩子开心。可喜的是,有家长开始反思和醒悟,他们放弃了亲子游,孩子游孩子的,家长游家长的,分开旅行,给成长更多的空间,这也是一种理性的选择。其实,亲子游本身没有问题,关键是怎么看待它,赋予其怎样的定位。回归“游”的本意,卸载“学”的功能,才能让亲子游收获美好时光。