

一纸认证关涉消费信心及社会诚信

本报评论员 吴迪

见商家晒出看似权威的认证报告,证明其产品符合相关质量标准。然而,记者调查发现,部分报告是在没有经过实际检测的情况下,从所谓的检测机构花钱购买的,“330元就能买一份”。这种虚假认证、买卖认证报告不是个别现象。

权威认证是有关产品市场准入、获取消费者信任的通行证。当不具备相应资质的企业和不符合有关质量标准的产品想要参与经济活动,虚假认证就派上了用场,被用来蒙蔽监管部门、电商平台和交易对象,为不合格产品“开绿灯”。去年,国家市场监督管理总局曝光过包括“电商平台店铺假检验检测机构资质提供虚假质检报告”在内的一批虚假认证典型案例。上述新闻提示我们,从线下到线上,虚假认证正在不断“攻城略地”。

具体来说,在资质认证方面,此前有认证机构被多次曝光为餐饮业者颁发“无须体检”的健康证、为特种设备从业人员出具“无须考试”的上岗资质等。在质量检测方面,一些认证机构为购买服务者出具虚假环评报告、出

具掺假质量检测报告用于工程验收而被处罚的案例时有发生。令人担忧的是,与不具备正规资质的认证机构一起作妖的,还有不少正规认证机构,一些小微企业商家为了降低成本,主动选择正规或非正规认证机构以获取虚假认证。

虚假认证猖獗,从监管角度看,多数情况属“不告不究”,即便有所处罚,力度也往往有限,无异于“罚酒三杯”。从平台角度看,虽然平台将质检报告作为商品上架的前置要求,但往往“只有要求没有检查”,对认证报告的真实性缺少必要的甄别。从认证机构角度看,为了拉业务、创业绩,降低检验标准和收费价格常常成为某些认证机构与商家的“合作密码”。

虚假认证造成的危害不容小觑。于认证市场而言,容易形成“劣币驱逐良币”现象,加剧不正当竞争,甚至给正规认证机构乃至整个市场带来信任危机。于消费者而言,当电商平台充斥虚假认证的商品,“查来查去没几个真的”,必然降低消费者对电商平台及商家的信任。于相关行业而言,以次充好、以假乱

真的商品流入市场,质量堪忧的建设工程被通过验收,虚假环评报告助纣为虐,打击的将是相关行业的形象及未来发展。于社会诚信建设而言,虚假认证的滋生,会给诚信建设带来一定程度的干扰。

针对各类认证的权威性、严肃性遭受挑战的问题,近日,国家市场监督管理总局和公安部部署开展了专项整治行动,重点打击认证机构买卖证、虚假认证、伪造冒用认证证书和检验检测报告等违法行为,集中清理“当天出证/出报告”“不送样检测”等涉嫌虚假认证、虚假宣传信息。与此同时,一些地方陆续发布典型案例,比如上海对知假买假的购买人、对不具备认证资质却提供相关服务的机构,已经作出罚款等行政处罚。

一纸认证关涉消费信心和社会诚信基础。相关部门应借国家重拳整治乱象的东风,创新监管方式,打通数据壁垒,升级识别打击虚假认证行为的效率和能力,从源头把好关。尽快堵上监管漏洞,铲除虚假认证生存的土壤,是我们的共同期待。

融媒作品选粹

颐和园“扫地僧”登上职工讲堂



11月14日,在北京环卫集团举办的第21期“京环大讲堂”上,火遍全网的“扫地僧”、集团所属北京机扫公司街巷运营中心颐和园项目部职工张旭,为现场观众讲述了关于颐和园的种种知识。他说:“作为新时代的环卫工人,不仅要传承老一辈的光荣传统,也要学习文化知识,为广大市民提供更多的延伸服务。”

(本报记者 赖志凯)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《火爆全网的颐和园“扫地僧”登上职工讲堂》



线上音频背后的知心朋友



把聊天内容录制成音频,分享到网上,可以让更多的人参与讨论,这是朱峰和姝琦成为播客主播的初衷。“播客提供的是一个陪伴工具,一个陪伴性的内容。”朱峰认为,相比于短视频,播客的门槛更低,较长的时间内容也能更好地融入粉丝的消费场景,无论在哪儿,只需戴上耳机,就能聆听主播带来的故事。

(本报记者 王美茹 白至洁 张冠一)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《只闻声不见人,但他依然可以做你的知心朋友 | 三工视频·新360行之播客主播》



帮助视障人士“看”到电影



为帮助视障人士“看”到电影,2016年开始,黑龙江大学新闻传播学院的一支志愿者服务队开始在黑龙江省图书馆定期讲电影。7年间,在“心幕影院”,志愿者们把电影的内容、结构进行拆分,将颜色、环境、面孔、动作等无声事物用语言描述出来,让人们用耳朵听就能感受到电影的精彩。

(本报记者 张世光 实习生 张鑫 汪硕伟)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《“心幕影院”:我们是你的眼》



作家麦家讲述写作秘诀



近日,2023世界青年科学家峰会活动之2023菠萝科学奖颁奖典礼在浙江温州举办,著名作家、茅盾文学奖得主、中国作家协会副主席麦家作为颁奖嘉宾参加活动。“如果你想当作家,不要指望一夜成名。”在接受媒体采访时,麦家说道。在他看来,阅读是写作最好的准备,写作才是写作最好的老师。

(本报记者 陈俊宇 白至洁)

►扫描二维码,观看工人日报融合报道《著名作家麦家:如果你想当作家,不要指望一夜成名》



文字整理:赵琛

社评

虚假认证,容易形成“劣币驱逐良币”现象,加剧不正当竞争,甚至给正规认证机构乃至整个市场带来信任危机;降低消费者对电商平台及商家的信任;打击相关行业的形象及未来发展;给诚信建设带来一定程度的干扰。

“10万种产品我们都能测”“无须寄送样品”……据11月19日上海广电看新闻客户端报道,在电商平台购物时,消费者经常能看

点餐事小,个人信息保护事大

龙敏飞

据11月21日《羊城晚报》报道,近年来,扫码点餐服务在餐饮业迅速兴起、普及。然而,在有的餐厅,消费者不关注微信公众号、不授权商家获取个人信息就不能点餐。近日,北京三中院通报一起餐饮公司强制顾客扫码点餐获取个人信息且无法删除的案例。法院判决该公司删除消费者个人信息,以书面方式告知个人信息的处理范围和方式,并赔礼道歉,赔偿该顾客为保全证据花费的公证费用5000元。

扫码点餐,一方面可以方便消费者,让点餐更准确快捷;另一方面,也为餐饮企业节约了人力成本,提高了点餐效率。然而,一些餐饮企业的行为却让消费者不爽,如强制消费者关注公众号接受营销内容、过度收集个人信息等,带来了一定的信息安全隐忧。

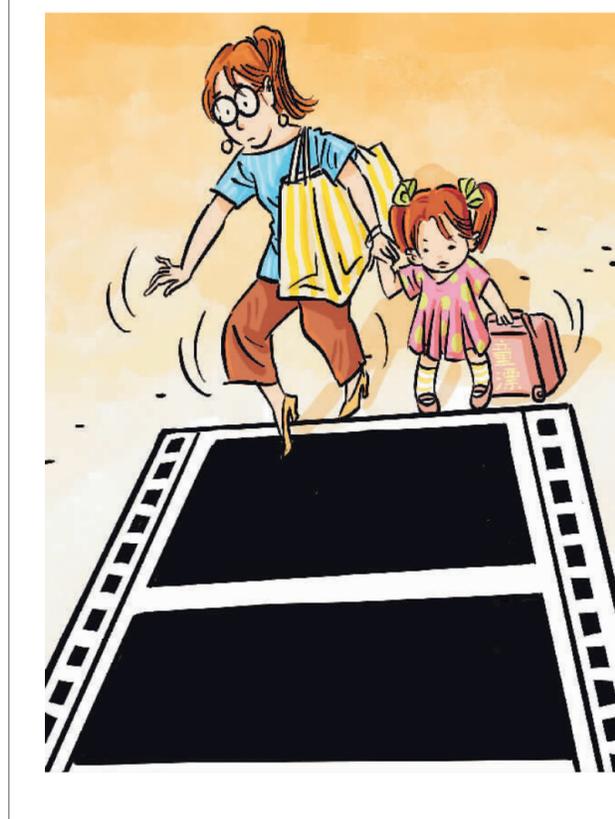
上述案例中,顾客发现关注公众号并授权使用个人信息完成点餐后,即便取消关注,还依然是这家餐饮企业的会员,这让顾客感觉自己的个人信息被过度使用。最终,法院根据民法典中“处理个人信息时,应当遵循合法、正当、必要原则,不得过度处理,并征得该自然人或者监护人同意”的规定进行了判决。

这名顾客遇到的情况其实并不少见,很多人习以为常。从这个角度看,我们应该感谢这名顾客,其举动让更多消费者明白,餐饮企业如此使用个人信息是违法行为,而法院的判决则有明确的正向意义和示范价值,为消费者个人和司法机构在面对类似情况时提供了参考样本。

上述案例能成为新闻甚至冲上热搜,足以证明很多人对类似问题所系。人们期待此番事件能掀起蝴蝶效应。一方面,期待较真的消费者多起来,以更多的人的成功维权来唤醒社会对此的重视与关注;另一方面,也期待相关职能部门能主动作为,加大对相关餐饮企业的监督处罚力度,别让扫码点餐成为公民个人信息裸奔的起点。当一名顾客行动起来,后续连锁反应要及时跟上,带动全社会积极行动起来,筑牢个人信息保护网。

当然,打官司成本不小,并非人人都能效仿。所以此事更重要的意义还是给相关企业以警示和震慑,别拿法律法规不当回事,为自身利益而置消费者权益于不顾。

点餐事小,个人信息保护事大。让我我在信息时代能少些安全焦虑,能在互联网上安心畅游,这不该是一种奢望。



G图说

“童漂”

据11月19日《齐鲁晚报》报道,近日“6岁女孩在横店当童漂4个月赚250元”的话题登上社交媒体热搜。原来,在横店,有一群父母长期带着未成年子女驻扎这里,追寻所谓的“影视梦”——投简历、送资料、联系经纪人、试镜,不少孩子小小年纪就成了“童漂”,而这些小演员的工作报酬并不高。

对于有艺术天分的孩子来说,进入演艺圈可能是一条不错的成长赛道,不过未成年人无论对演艺工作本身,还是对未来的职业规划,都缺乏充分认知,与其说他们是理想选择“童漂”,不如说是为了帮父母“圆梦”。况且,童星之路并非像一些人想象中那么好走,很多人仅看到了演艺行业光鲜的一面,却不了解其中竞争的残酷性。一些演艺经纪公司搞出“花钱买角色”“VIP会员可优先进剧组”等套路诱惑家长,更是赤裸裸地将孩子当成了童星产业链的牟利对象。精心培养孩子的艺术兴趣和特长没啥不对,但只顾成长和学得规律的揠苗助长,只会适得其反。

赵春青/图 弓长/文

“明星祝福”不该丢掉常识和底线

冯海宁

据11月21日央视网报道,近日,一条“多位明星给湖北四大家族白所成之子白应苍录视频祝寿”的视频引发网络热议。记者了解到,类似的祝福视频早已在网络热销,价格从普通版的几十上百元,到“明星”版的上千元数万元,不少店家的月销量可达1000+。

湖北四大家族因涉及电信诈骗受到关注,其家族部分成员已被中国警方抓获。几乎与此同时,一些明星为湖北电诈头目录制祝福视频的事件也广受关注。目前,已有演员发布视频就此事道歉,香港一演艺明星也公开解释称是应内地朋友的要求,祝贺朋友的朋友,并表示以后若是不熟识的人都会拒绝。如今,媒体报道“明星祝福”已是公开的生意,令不少人大跌眼镜。

报道显示,近年来不少中小企业在年会、开业、招商会等场合的宣传视频中,常会出现明星祝福内容,甚至在一些婚礼和生日宴会场合,也会出现知名艺人的祝福视频。如果明星对祝福对象知根知底,祝福对象平时规矩矩矩,明星对其进行祝福,并获得一定报酬,未尝不可。但部分明星在未真正搞清楚某些祝福对象真实身份、所作所为的情况下,便通过熟人或中间商盲目发出祝福,如果祝福对象是不法分子,很可能会对其起到美化、粉饰等作用,对公众造成误导。也就是说,如果明星不分青红皂白向某些人公开祝福,是带有某些无形风险的。

在全民惊讶、唏嘘之外,明码标价、公开售卖“明星祝福”成为产业,这一现象本身便值得关注和讨论。

有人认为,明星为他人公开祝福,相当于在为祝福对象代言,这种行为本身其实是明星与祝福对象间构成的一种商业交易,前者

通过祝福来换取金钱,而后者以付钱来换取面子或社会影响力。按理,明星在祝福之前应该对祝福对象深入了解,而不能只管收钱,这是最起码的商业道德。也有观点认为,明星祝福是用一种泛广告语言、一种积极陈述行为来为被祝福对象背书的行为,因此不妨将其视同广告来进行管理,使其接受广告法的相关规制和约束。

如今,此番事件算是暂时告一段落,希望更多明星能从中汲取深刻教训,在为人送去祝福前,遵循基本的常识和底线,即先深入了解祝福对象,有所选择。这既是保护自己的“羽毛”,也是爱护自己的粉丝,同时也能避免被某些不法分子所利用。

有关部门也要对明星祝福进行规范性引导,引导明星做好筛选,不去充当违法失德之人的“肉喇叭”。至于网售“明星祝福”的合法性合规性,相关平台和有关部门也有必要尽快给个说法。

“村碗”盛满这片土地的故事与情感

苏墨

继“村超”“村BA”之后,“村碗”再次成为一个火爆流量点。

日前,贵州省黔东南州的大型村歌竞演活动“乡村超级碗”,迎来收官大秀“村碗巅峰之夜”,4支苗乡侗寨的村庄歌队角逐首届“村碗”总冠军,3场直播累计观看人次近1.2亿。“快手乡村超级碗”话题上线以来,共收到来自全国各地近25万个作品,相关话题视频播放量超61亿次。

“村碗”是个什么“碗”?

它可不是简单的歌唱比赛。“碗”里的“食材”十分丰富:有侗族大歌、苗族飞歌、芦笙

舞,有非遗服饰秀、岫山举枪节、乡村美食推介,还有网络直播、文旅融合、非遗传承。它将藏在大山深处的好声音搬上舞台,更把丰富多彩民族文化、淳朴浓郁的乡土风情通过手机镜头传递到五湖四海。从这个意义上看,这个好听、好看、好玩、好吃的“碗”,盛满了人们的关注和向往。

人们关注的是民族元素与现代潮流的交织融合。黔东南除了苗侗舞外,还有中国最后一个枪手部落、守护寨子的生命树、秋千节等极具少数民族特色的传统文化,更重要的是,这里有今天人们欢乐快活的新时代新农村的美好图景。

比赛中有《敬酒歌》《五月蝉歌》《吹木叶趁木叶青》等民族歌曲,还有《有个地方叫西江》

《月亮里的阿妹》《最炫民族风》等流行歌曲。从传统到流行,有传承又有创新,在同场比赛中,大家看到的是文化的融合,也是文化的发展。老歌里有丰富的民族记忆,写满了这片土地上曾经发生的故事与情感,新歌里有村民们走出大山、走向时代的心中向往,从老歌唱到新歌,唱活了乡村变迁的脉动轨迹。

与“村超”“村BA”相似的是,“村碗”的参赛选手们,也都是地道的村民,他们只是在农忙之余参与排练。这些在田间、在江河山川怀抱中唱了大半辈子的村民,经由“村碗”这个契机站上真正的舞台,成为网上网下闪闪发光的焦点,他们唱的歌、跳的舞,甚至穿戴吃喝,都成了名副其实的“最炫民族风”。在一场如节日一般的竞赛中,村民们获得感、幸福感

满满,也更坚定了乡村文化自信。

“村超”“村BA”“村碗”……今年,不同赛道上接地气的“村”字头比赛频频成为流量爆点。这些群众文体活动能为参与者、观看者提供正向情绪价值的原因,恐怕就在于,它有乡音,有乡味,有乡情。

绿水青山的生活环境,丰富多彩的民族风情,相亲相爱的乡里乡亲,激情澎湃的精神风貌……这些有形无形的新乡村生活样貌,如同嘹亮的歌声,拨动了网上无数人的心弦。而这幅魅力十足的生活画卷,也通过一个个镜头,从大山深处传递到五湖四海。

人们向往“村碗”的那份淳朴真挚,向往广袤山野的活力生机,向往这里山美歌美人更美。如此独特的视听体验和传播效果,不需要大腕外援加盟,不需要软广硬广的推介,也不需要重金打造,同样能赢得网上网下一片喝彩。

一场场乡间比赛,一段段短视频,一场场直播,“村碗”装满了线上线下人们的关注和向往,它架起一条以文化繁荣赋能乡村振兴的创新之路,让山里的歌、山里的美、山里的人,走向世界、走向未来。