

购物时被要求签字确认相关约定,去滑雪场要签场地经营者提供的免责声明……

消费者签字确认后商家就能免责?

本报讯 (记者刘兵)当下,消费者在购买商品、服务时,一些商家会让其签字确认相关约定或签订免责声明。但是,遇到纠纷后,商家就能免责吗?

天津的姚女士日前网购了一个马桶水箱。到货后,快递员催促其签字,并迅速离开。等到安装师傅来时,却发现马桶水箱后面有破损,位置较为隐蔽。

“由于被催促签字,当时并没有仔细检验。商家起初以我签了字为由,不给换货。”姚女士表示,她随后在网络投诉平台上投诉,很快得到快递员和商家的反馈,最终成功退换了产品。

近期,成都一位消费者向四川省消委会

投诉称,其购买的一组衣柜因为尺寸有误,安装时高度过高、柜体与墙壁间隙大,柜门款式与效果图也完全不同。然而,商家以“消费者签字确认图纸”为由,仅同意赔偿1000元,重做则需消费者再次付款。后来,经过调解,商家同意消费者按实际尺寸重新下单并安装。

对此,四川省消委会顾问律师时莉认为,商家是家具订单的承揽方,应当具备专业性,而一般消费者并不具备这样的专业性。商家应指导消费者,给予合理建议及必要提示,并对产品负责。所以,即便消费者对相关图纸和尺寸数据签字确认,也不能构成商家免责的事由。

喜欢滑雪等冬季项目的小邵告诉记者,在参加类似滑雪这样具有一定挑战性、危险

性的娱乐项目时,场地经营者常常会让参与者签订一份免责声明。

北京京律师事务所律师王晓明表示,很多类似免责声明、消费者签字的约定往往成为一些商家规避自身责任的手段,并不具备法律效力。根据法律规定,如果造成对方人身损害,因故意或重大过失造成对方财产损失的,合同中的免责条款无效。如果提供格式条款一方存在不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利,或者排除对方主要权利的情形,格式条款无效。

在中国政法大学教授姚盛看来,免责声明本质上属于霸王条款,商家借此逃避应尽的义务,加重了消费者的责任。商家还往往

利用模糊条文掌握最终解释权。强制或者变相强制要求消费者对这样的声明、约定签字,然后才能提供相应的产品或服务,并没有法律依据。

“类似滑雪场所免责条款仅能起到一定的提醒、警告作用,让消费者提高安全意识。”姚盛说。

业内人士提醒,消费者在购买商品或服务时,对商家的免责声明或者相关约定,要认真阅读相关条款再谨慎决定是否签字。如果发觉不合理之处,要和商家积极协商。一旦产品或服务出现问题,商家以签字为由拒绝承担其相应责任,可通过和商家协商、投诉乃至法律手段等进行维权。

产业兴旺 群众安居

8月17日,老县镇一家织袜社区工厂的工人在车间内忙碌。

近年来,地处秦巴山区的陕西省安康市平利县老县镇紧抓发展机遇,大力发展社区工厂,完善易地扶贫搬迁安置社区建设,让从山上搬进山下新社区的农民安居乐业。

新华社记者 邵瑞摄



长春启动“城市生命线共同体”

本报讯 (记者柳姗姗)为切实增进民生福祉,长春市城乡建设委员会率先牵头,进一步整合当地城市公用事业服务资源,于近日正式启动由涉及供电、供水、供气等业务的11家民生服务企业参与构建的吉林省首个“城市生命线共同体”。

所谓“城市生命线”,是指公众日常生活必不可少的水、电、气、热、交通等方面。随着现代化程度的提高和城市规模的扩大,城市对生命线系统的依赖程度也越来越高,生命线系统直接影响城市功能的正常运转。

启动仪式上,包括国网长春供电公司、长春市水投集团、长春燃气、春城投资集团、长春移动、吉视传媒长春分公司等在内的11家企业签订了《长春市构建城市生命线共同体合作框架协议》,它们基本涵盖了“城市生命线”涉及的各个领域。

根据协议内容,11家企业将共同推出25项务实举措,在优质服务、应急抢险、重要用户保障、民生工程建设等方面站岗高度一致,做到信息共享,工作互助,有效加强电网、水网、气网、热网、通信网建设,构建起“城市生命线”一张网,持续提升城市安全运行水平。

湖北仙桃完成204个排污口整治工作

本报讯 (记者张坤 周泽)2021年,生态环境部完成了长江入河排污口仙桃段的排查工作,并向湖北仙桃交办了358个排污口的溯源整治任务。生态环境部水环境司有关负责人近日表示,以排污口溯源整治工作为抓手,仙桃市委、市政府进一步明确底数、找准症结、压实责任,制定“一口一策”的整治方案,全面提升水环境管理水平。

从2021年6月2日起,仙桃组织多个专业调查小组,迅速对358个排污口进行排查、监测和溯源,在掌握排污状况、了解污水来源、找准污染源后,进行了初步分类和责任划分,完成了第一轮溯源。

2021年6月30日,仙桃市政府主要负责人再次主持市政府常务会,专题审议《仙桃市入河排污口溯源整治专项行动工作方案和管理清单》,并在会上进行了任务交

办,要求各地各单位主要负责同志亲自研究部署、密切配合,确保高效高质量推进有关工作。

“排污口溯源整治与仙桃的‘四水共治’专项行动结合,进一步推动了水生态环境治理和改善。”仙桃市住建局有关负责人表示,截至目前,仙桃已经完成了204个排污口的立行立改整治工作,其中取缔封堵44个、工程整治75个、其他整治85个。



生活必需品储备较为充足,价格总体平稳

海南等疫情重点地区市场供应有保障

本报北京8月18日电 (记者北梦原)记者从商务部今天举行的新闻发布会上获悉,海南、西藏、新疆等地疫情发生后,商务部及相关地区主管部门全力保障生活必需品市场供应。目前3地生活必需品储备较为充足,价格总体平稳。

据商务部新闻发言人束珏婷介绍,疫情发生后,商务部立即与相关地区商务主管部门联系,指导疫情重点地区借鉴其他地区市场保供经验,重点加强区域内货源统筹,保障区域内交通运输畅通,实行“专人、专车、专线、专管”的闭环管理,着力打通配送“最后一公里”“最后一百米”。

同时,商务部对疫情重点地区开展联防联控,围绕海南、西藏、新疆组织联防联控省份,随时做好支援调运准备。其中,西藏、新疆通过与河南、山东、四川、云南、甘肃、青海建立的8省联防联控机制,对接产地货源,及时协调有关部门解决保供车辆跨区域运输等问题。围绕海南建立的9省联防联控机制中,四川省组织绵阳、宜宾、泸州3个城市的6家骨干保供企业,形成每天分拣1.5万~2万份、2~3种规格蔬菜包的随时支援能力;广东省在茂名、湛江两个港口城市组织方便食品货源供应海南。

根据监测,目前海南、西藏、新疆等地的米面油、肉蛋奶、方便食品等生活必需品储备较为充足,价格总体平稳。“菜篮子”方面,从总量看,均可以正常保障市场供应。同时,相关地方通过线上订购、线下“点对点”等多种方式加强配送,逐步缓解部分高风险地区居家隔离人员“买菜难”等问题。

我国将进一步完善绿色交通标准体系

加快形成绿色低碳运输方式

本报北京8月18日电 (记者杜鑫)到2025年,基本建立覆盖全面、结构合理、衔接配套、先进适用的绿色交通标准体系。到2030年,绿色交通标准体系进一步深化完善。这是交通运输部印发的《绿色交通标准体系(2022年)》提出的目标。

《绿色交通标准体系(2022年)》范围主要包括综合交通运输和公路、水路领域与绿色交通发展直接相关的技术标准和工程建设标准。标准体系包括5个部分,即100基础通用标准,200节能降碳标准,300污染防治标准,400生态环境保护修复标准,500资源节约集约利用标准。

标准体系共收录242项绿色交通国家标准和行业标准,包括基础通用标准11项,节能降碳标准101项,污染防治标准78项,生态环境保护修复标准35项,资源节约集约利用标准17项。其中,待制定标准47项,待修订标准44项,包括了行业碳排放核算核查、近零碳排放示范区建设、城市绿色货运配送评估、氢燃料电池公共汽车配置、城市轨道交通绿色运营、水下打捞作业防污染技术等重点标准需求。此外,标准体系还列出了与交通运输行业节能降碳、污染物排放和生态环境保护密切相关的国家标准、生态环境行业标准43项,以促进绿色标准的协同实施。

据悉,绿色交通标准体系的修订实施将进一步推动交通运输领域节能降碳、污染防治、生态环境保护修复、资源节约集约利用方面标准补短板、强弱项、促提升,加快形成绿色低碳运输方式。

(上接第1版)

截至今年7月底,中欧班列共铺画了82条运输线路,通达欧洲24个国家196个城市。徐建平表示,中欧班列的开行,紧密了亚欧大陆的陆路联系,逐步“连点成线”“织线成网”,运输服务网络覆盖了欧洲全境,形成了贯通欧亚大陆的国际运输大动脉。

同时,中欧班列的开行,开辟了广大内陆地区开放发展的新通道。“例如,我国河南郑州、重庆等城市的外向型产业在中欧班列开行后,实现了年均30%左右的增长;新疆依托中欧班列进一步增强了与周边国家的交流与合作,助推了新疆丝绸之路核心区高质量发展。”徐建平说。

中欧班列还成为保障产业链供应链安全的“生命通道”。新冠肺炎疫情暴发后,在海运空运受阻的情况下,国内中欧班列运营平台主动对接企业出口需求,与TCL、戴尔、联想、吉利、沃尔沃等一大批企业合作开行了“定制班列”,提供全程物流运输解决方案,通过采取匹配班次、加密计划等多项举措,为国内外企业维持产业链供应链稳定提供了重要支撑。2022年以来,已累计开行“定制班列”1150列,有效降低了新冠肺炎疫情对国际产业链供应链稳定的冲击影响。

“中欧班列构建了一条全天候、大运力、绿色低碳的陆路运输新通道,是国际运输服务体系的重大创新。”徐建平表示,相对于海运和空运,中欧班列运输价格是航空的1/5,运行时间是海运的1/4,受自然环境影响小、稳定性强,对具有一定运量规模和时效性要求较高的产品,具有很强的吸引力。

盲盒经营活动将迎合规“大考”

经济观察

本报记者 杨召奎

8月16日,国家市场监督管理总局发布《盲盒经营活动规范指引(试行)》(征求意见稿)(以下简称意见稿),旨在引导盲盒经营者诚信守法经营。

今年以来,上海市市场监管局、江西省赣州市市场监管局等发布过地方性盲盒经营活动合规指引。

在专家看来,监管部门密集行动的背后是当前盲盒经营活动存在一些不容忽视的问题。此次国家市场监督管理总局发布意见稿,给盲盒经营活动立规矩,有利于引导盲盒行业规范发展。对于盲盒行业来讲,将迎合规“大考”。

近年来,盲盒这一新销售模式受到消费

者特别是未成年人的追捧,但随之而来的许多问题也不容忽视。比如,经营者利用盲盒销售临期商品或假冒伪劣产品等。

7月,广州市市场监管局发布的2022年上半年消费投诉举报热点显示,网络销售盲盒及盲盒抽奖、未成年人充值消费等成为网络消费投诉举报新热点。上半年涉及未成年人消费的投诉举报有1440件,主要包括未成年人在线上网络游戏充值、线下购买盲盒等。

对此,意见稿提出,盲盒经营者不得向8周岁以下未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品,应通过销售现场询问或者网络身份识别等方式,确认已取得相关监护人的同意。同时,鼓励地方有关部门出台保护性措施,对小学校园周围的盲盒销售包括距离、内容等进行具体规范。

一些盲盒企业不支持7日无理由退换货问题一直饱受诟病,也曾引发消费者大量投诉。

例如,据媒体报道,今年2月,青岛市民张女士通过泡泡玛特微信小程序购买了一个“超级赛道系列”盲盒。没想到收到的却是“魔力卡卡系列”,存在“货不对板”问题。由于没有将盲盒拆封,于是张女士要求退货。但泡泡玛特官方客服表示,该商品不支持7日无理由退货。

此次意见稿明确,充分告知提示并经消费者确认后,以互联网形式销售的盲盒商品拆封后不可不适用7日无理由退货。但以全包形式销售整套系列商品拆封后要求整套退货的,经营者应依法执行网购7日无理由退货规定。

目前,盲盒经营活动无序扩张,手办盲盒、机票盲盒、酒店盲盒、宠物盲盒等“盲盒风”愈刮愈烈,似乎“万物皆可盲盒”。但随之而来的盲盒售假、过度营销、概率不明、虚构中奖概率等问题也日益突出。

由于盲盒“隐藏款”价格相较原价能翻几倍甚至几十倍,因此不少消费者不惜花重金

寻找“隐藏款”,但盲盒概率不透明等问题受到消费者质疑。

此次意见稿提出,盲盒经营者应将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、商品投放数量、隐藏款抽取概率、商品价值范围等关键信息以显著方式对外公示,保证消费者在购买前知晓。盲盒经营者不得通过后台操纵改变抽取结果、随意调整抽取概率等方式变相诱导消费。

针对“万物皆可盲盒”问题,意见稿也进行了一定限制。意见稿提出,药品、医疗器械、特殊化妆品、活体动物、无着快件、食品等在使用条件、存储运输、检验检疫、监督管理等方面有严格要求的商品,不得以盲盒形式销售。

没有规矩,不成方圆。此次意见稿的发布,旨在提醒经营者要依法合规经营,切实承担经营者责任。当然,消费者也要理性消费,量力而行,警惕经营者不法营销套路。

村企共建 铺就群众共同富裕路

近日,仁怀市茅台镇1915酒厂采购专员到仁怀市龙井镇华阳村脱贫户赖良云家进行生猪采购,帮助该户增收6000多元。据了解,这是该企业开展百企兴百村工程以来第8次生猪采购,带动龙井镇华阳村8户群众增收3.5万元。

在龙井镇百企兴百村的企业总共有两家,分别是仁怀市茅台镇1915酒厂和仁怀市天邦酿酒有限公司。均是在百企兴百村工程中,通过遴选到龙井镇开展结对帮扶的规上企业。该工程实施以来,通过支部结对、人才互派,探索建立企业同支部在资金、技术、销售路径等方面开展多形式合作,加强资源共建共享,建立合理的利益联

结机制,形成“资源整合、利益共享、风险共担”的利益共同体。

今年以来,为引导企业聚焦乡村振兴发展,企业比照村副职工资标准为支部选聘业务干部充实进村班子;为巩固基础设施建设,投入资金8.26万元开展水毁公路维修;为解决群众就业,推荐务工15人,为群众增加务工收入10万余元;为帮困解难,开展困难群众慰问2.9万元,为部分群众解决实际生活难题。

据悉,为解决困难家庭子女上学难题,帮助困难学生实现大学梦想,巩固脱贫攻坚成果,下一步,村企将筹备开展金秋助学活动。(王天玉)

党建引领 强化基层治理水平

基层强则国家强,基层安则天下安。基层治理是国家治理的“神经末梢”,而基层党组织是贯彻落实党中央决策部署的“最后一公里”,也是人民群众感知党的执政能力的“最近一公里”。

近年来,仁怀市龙井镇将党建引领基层治理作为提升乡村振兴的驱动力,立足村级优势,找准各村基层治理特点,充分发挥综合优势,使基层治理效能最大化,不断强化基层治理水平。

龙井镇将党组织建在组上,做到基层治理工作到哪里,党的组织就延伸到哪里,党的工作就开展到哪里。充分挖掘优秀人才充实进村两委班子,调动无职党员、退休党员发挥

先锋模范作用。整合乡贤能人、土专家、田秀才等人才资源,组建“强组兴村”工作队,把服务群众、造福群众作为基层治理的出发点和落脚点,提升群众获得感、幸福感和安全感。

“强组兴村”工作队穿梭在村组之间、田间地头,教育群众抵制攀比之风,纠治高价彩礼;红白事主动上门打招呼,不得临街和占道办理,依照《村规民约》燃放烟花爆竹、禁止低俗表演等;号召群众自主进行区域内环境卫生整治,教育引导群众改变厚葬薄养、滥办酒席、群众赌博、相互攀比、铺张浪费等陈规陋习,持续改善村容村貌,打造美丽乡村新格局。(蒲清红)