

封面评论

假冒“健康码”软件 岂止是走火入魔

□蒋璠璠

观点 | 1+1

拾金不昧“有利可图” 效果和影响值得期待

□苑广阔

1月8日,广东省广州市推出《广州市拾遗物品管理规定》,提出接收单位在接收拾得人送交的遗失物时,应同时向拾得人开具相关凭证;公安机关按拾获财物价值10%的金额对拾得人给予奖励。

该规定引发网友热议,其不但明确了对拾遗物品的管理单位、管理责任、处理办法,让单位或个人拾获的遗失物在处理上有制度可循,有规矩可守,更进一步明确了相关奖励金额。为保障这一规定能够落实,上述规定还特别指出奖励金所需的经费纳入实施奖励单位部门的预算统筹安排。

这一规定,无疑将产生积极意义。一方面,可以鼓励更多人拾金不昧。拾金不昧不仅是传统美德,而且按照相关法律规定,拾获他人财物不归还、占为己有,或者是因故意或重大过失导致他人遗失物品损毁、灭失的,将要承担法律责任。现实中,拾获他人财物并交给失主或公安部门,拾得人往往要承担一定的交通成本、时间成本等,这无形中降低了人们拾金不昧的动力,甚至可能让人觉得拾金不昧是一种“亏本买卖”。如今公安机关按拾获财物价值10%对拾得人进行奖励等规定,不仅可以让拾得人归还财物时得到一定补偿,而且可能促使更多人能够更放心地拾金不昧。

另一方面,如此规定可以适当减少拾得人与失主之间的纷争。根据民法典的相关规定,拾得人向失主归还财物时,可以索取必要、合理的补偿,这是法律允许和支持的。但到了现实中,“合理必要”实际上很难精确界定。比如,日前四川某地一男子乘坐出租车将笔记本电脑遗落在车内,打电话给司机请求归还时被要求支付800元“送还费”,由此引发热议。若当地也有明确的关于拾遗物品的奖励规定和标准,双方都按规定和标准办事,事情的处理应该会简单不少。

广州的拾遗物品管理规定,其效果和社会影响,值得期待。

据工人日报

近日,有网友称,在某应用软件商店中,一款名为“健康码演示”的软件能够根据个人所需随意显示各地健康码,涉嫌违法。“健康码演示”APP显示,这款APP能够模拟各地健康码、复工码、通行码的不同演示风格。功能上,该APP不仅能够展示不同健康码,还可展示绿码、黄码、橙码、红码,并可自定义显示数据,如地区、城市、姓名等。日前杭州警方已介入调查此事。(北京青年报)

一款APP,高仿并集成了各地“健康码”,并且居然可以“按需”随意展示红绿码。如此“神器”,天然透着可疑,到底意欲何为,简直是不言自明。在多地疫情趋紧的语境下,在“瞒报”“谎报”事件时有发生微妙节点,这等高能的“健康码演示”软件,注定相当危险。

毋庸讳言,日常场景下,所谓“亮码”和“验码”,很多时候都没有严格较真,更多还是依赖当事人的自觉。一般来说,在大多数地区,工作人员看到“绿码”就会放行,根本不会非常仔细地查验真伪,这是因为大家都默认“健康码”不会有假的。现实中,也不乏某些人为了防止手机卡顿等意外,而用“绿码截图”蒙混过关……诸如此类的操作,当然是欠妥的、违反规定的。然而,相比于“健康码演示”软件的危害,这些显

然是小巫见大巫了。

试想一下,该“健康码演示”软件的目标用户是谁?或者说,哪些人才会用这一款APP呢?必然是那些本是“黄码”“红码”,却想去公共场所活动、想乘坐公共交通工具、想跨地域出行和流动的“特殊群体”。一个假的“绿码”,让他们畅通无阻,轻而易举就从层层设防的防疫卡点突围。一个显而易见的道理是,中高风险人群拿着“假健康码”任性移动,这将使得疫情扩散的可能性大增。

按照法律规定,瞒报、谎报疫情重点地区旅行史、居住史的,已经涉嫌“以危险方法危害公共安全”。那么,一款明显诱导和助长“瞒报”“谎报”行为的APP,又该当何罪?互联网创业,居然瞄准了“健康码”造假,这完全是走火入魔了。把不诚信的“中高风险人群”当成目标用户,瞄准“假绿码通行”这一细分市场。某些公司罔顾法律和道德,丧心病狂奉行一套畸形的“长尾理论”,为了做“小众”的生意,竟不顾把“大众”置于险境。

“任何看似需求极低的产品,只要有卖,都会有人买。”这是许多剑走偏锋互联网创业者的至上信条。只是,永远不该忘记一点:以灰色产品来迎合不当需求,终究是死路一条。

微评论

香葱为啥“掉色”? 食品安全执法有疏漏

□楷索

近日,有消费者向记者反映,贵阳多个农贸市场销售香葱均出现“掉色”情况,只需用纸巾在香葱上轻轻擦拭,纸巾就会被染成蓝色。记者从当地市场监督管理局获悉,香葱之所以掉色是因为添加了蓝矾用于保鲜,长期食用对身体有害。(中新社)

“染色香葱”,让素来被食品安全弄得神经衰弱的消费者们,又是心头一紧。众所周知,蔬菜保鲜期极短,很容易腐败变质。为了减少损失、增厚利润,一些摊贩“剑走偏锋”,用蓝矾

给小葱保鲜,只因蓝矾颜色和香葱接近,极具隐蔽性。那么其他的蔬菜呢?是不是也有其他的保鲜“秘法”?是不是也存在着相关的安全隐患?

值得一提的是,监管部门日常执法检查,往往很不到位,客观加剧了因违规操作而引发食品安全事故的风险。“染色香葱”的发现,极具偶然性,其并非是职能部门主动排查的结果。这事实上提示我们,就建构和完善传统农贸市场的安全监测和日常检查而言,还有很长的路要走。

热点锐评

要让“就地过年”一样精彩

□杨博

“有钱没钱,回家过年”的民俗,今年要变一变了。截至1月11日,媒体梳理发现,因国内多地出现新增病例,河北、河南、山西等24个省份倡议就地过节、非必要不离开当地。此外,多地明确,春节假期从低风险区返乡者也需持核酸检测阴性证明。

年俗之所以要适时改变,还是因为疫情的变化。现在,国内疫情呈零星散发的态势。随着外出务工人员返乡高峰临近,节日期间公众出行意愿提升,新冠肺炎疫情的风险存在升高的可能性。所以,要保持常态化疫情防控的力度和节奏——口罩不能摘,手要勤洗手,保持社交距离依然很重要。与此同时,就地过年非常有必要。具体来说就是,减少不必要出行,少聚集、少外出。尤其在室内密闭空间的聚集,更是要避免。另外,无论在哪里过年,家庭聚会聚餐也不宜人多,控制在10人以下是最好的。

倡议就地过年,如何才能保证一呼百应?可以尽可能增加便利,发挥正向激励的作用。譬如,可以灵活安排休假。广东省卫健委指出,当前疫情防控形势严峻复杂,鼓励企事业单位根据生产、工作情况和职工意愿,灵活安排休假,引导职工群众在粤过年。灵活休假的安排,有利于管

控交通客流、减少聚集、保持社交距离。

也可以适当增加福利。在这方面,浙江放了“大招”。该省提出鼓励企业采取发放“留岗红包”、改善就餐条件、安排文化旅游活动等措施,吸引外地员工尽量留在当地过年,有条件的地区可给予适当补助。另外,还可以发挥“头雁效应”。湖北各级党政机关和企事业单位一律取消集体团拜和大型慰问、联欢等活动,北京等地提出党政机关干部带头就地过年,都有向全社会做出表率的意义。

近年来,“云过年”逐渐兴起。尤其在疫情期间,“云过年”更为宅在家中的亲朋丰富了团聚的形式。“就地过年”不妨也和“云过年”结合起来。一大家子人试试多人视频聊天,在微信群里抢抢红包、拼拼手速,在朋友圈里晒晒美好祝福,同样开心喜庆,何乐而不为。

“就地过年”与“返乡过年”是一道命题的两个侧面。对确有必要外出和返乡的人,在严格落实防疫措施的前提下,也应做好出行保障,杜绝人为设障。返乡者要配合防疫工作,严格遵守报备制度,细致做好个人防护。期望普天下的人们都拥有一个平安健康祥和的春节!

据广州日报

麻辣观点

把道歉当宣传 诚意何在?

□谭敏

近日,“道歉”成了热词。先有郭敬明、于正同一天分别对庄羽、琼瑶的道歉,后有全棉时代因广告内容不当公开道歉。有意思的是,三则道歉都引来一片争议之声。

人非完人,每个人都有可能做错事说错话,对他人造成伤害。一个道歉,虽然无法弥补全部过失,但只要诚意,大都会获得当事人的谅解。公开道歉不被认可至少说明了一点,道歉没能让人感觉到应有的诚意。

对于抄袭这样的举动,道歉虽然迟到了15年,也并非不可原谅,郭敬明的道歉信字里行间可见对年少轻狂的悔,也低姿态地配合成立“反剽窃基金”,足够感人。但在其新片上映之时,在156位影视从业者联名抵制抄袭的当下,发布这样的道歉信,多少让人感觉不是主动为之,而是被迫之举,让其诚意大打折扣。

而全棉时代的道歉则更为离谱。“我错了”占据道歉信十分之一的篇幅,而“我有200多个专利,填补了很多市场空白,永远把消费者利益放在第一位,给了用户舒适的体验,我还做过公益”等自夸的内容则占了十分之九,硬生生地把“我错了”扭成了“我很棒”,怎么看怎么别扭。难怪网友们质疑,“这道歉信,真的不是获奖感言吗?”连公开道歉这样的场合都不忘记做宣传、蹭热点,这是真心诚意的道歉吗?只能说是敬业有之,诚意全无。如此敷衍且功利的道歉,怎么可能被公众接受呢。

只有真心诚意的道歉,才能挽回品牌形象,获得消费者的原谅与认可,最终赢回消费者的心。可是,全棉时代的道歉信故意颠倒黑白,混淆是非,显然比当初发布“不尊重女性”的广告内容更离谱。广告还能说是无心之失,创意欠妥,可明明错了却不认错,反而将错就错,借“错”发挥,就有点执迷不悟了。

哪怕在网络世界,流量为王也绝非万能。在可替代性如此之强的产品领域,顶着不尊重用户的恶名,难道不是流量越大越不被消费者待见吗?这个时候,恐怕只有学会好好道歉,争取用户的谅解,才是正理吧。

据广州日报