

“四儿童被埋”：力戒安全监管形式主义

安全事故表面上看是“黑天鹅”，但背后仍是侥幸心理、形式主义、官僚主义在作祟。

河南原阳4名儿童被土方压埋致死事故，有了初步的调查结果。据新乡日报报道，当地官方初步查明，盛和府建筑工地未取得《建筑工程施工许可证》，属无证非法施工，涉事车辆为向后倾翻型后八轮自卸车，系违规作业。原阳县委作出决定，对事故中负有监管责任的县住建局党组书记、局长孙国安和安全股股长王建刚予以免职。对县城管局局长魏学义启动问责程序，待该案查结后，将依据最终结果作进一步处理。

幼小生命的逝去，每每令人难以释怀——尤其是在这样一个特殊的春天。而从记者的现场报道来看，悲剧的酿成背后是多环节的失守：

非法施工、违规作业、围挡豁口、监理失责、执法不力。

公众一方面是不忍心看到幼小的生命逝去，另一方面就是不能接受，从企业到监管者几乎全链条对安全的漠视。如今，各地经济正在努力向常态回归，也在推进复工复产，但不能不说的是，一些无视安全的违法、违规操作，也已经上了路。这一事件的发生并非偶然。

4月10日，在全国安全生产电视电话会议上，习近平总书记作出指示强调，“绝不能只重发展不顾安全，更不能将其视作无关痛痒的事，搞形式主义、官僚主义”。

安全事故，表面上看是“黑天鹅”，是偶发事件，但背后仍是侥幸心理、形式主义、官僚主义

在作祟。以盛和府工地为例，当地住建局明明下达了停工整改通知书，但这个通知对工地来说“无关痛痒”，不影响继续施工；住建部门没有执法权，只管发文不管落实，这张停工通知便沦为“形式主义”；有执法权的城管局则事不关己高高挂起，这不就是“官僚做派”？

复盘之前发生的安全事故，也不难发现，对危险预判不足、侥幸心理、监管流于形式等问题普遍存在。直到丧钟敲响，才不惜一切代价救援，地方政府才表态严厉查处责任人，但最终，逝去的生命才是社会真正难以承受的沉痛代价。

对于监管部门来说，此前处于集中力量防控疫情的“非常状态”，人员调度也向防控一线倾斜。如今，企业、工地各项生产活动集中启

动，一些违法施工行为也悄悄行动起来。一些监管部门很可能尚未调整好状态，对风险隐患反应迟钝。

有的地方借口发展任务重，对一些“灰色工程”睁只眼闭只眼，纵容盛和府之类的项目非法施工，监管部门负有不可推卸的失察之责。各地监管部门当以此为鉴，迅速校准工作状态，对风险隐患时刻保持敏感、警觉。

今年我国经济发展任务艰巨，越是在这个时候就越要稳扎稳打，不能为了加速、抢跑，就把安全生产监管责任“压埋”到地下。“四儿童被埋”事件教训非常深刻，只有落实安全监管责任，加强执法联动，方能避免不幸事件的发生。

(来源:新京报)

■张涛英

正规品牌搞“山寨维修”实为砸牌子

小病大修、小件大换，上门费、开机费、检测费等层层收费屡见不鲜，家电维修的“花式套路”让消费者很“受伤”。新华社记者近日调查发现，尽管消费者频频投诉，这些售后维修乱象依旧在上演，问题积重难返，而且一些正规品牌也搞“山寨维修”。(4月21日《经济参考报》)

“重售出，轻售后”是家电行业存在了多年的顽疾。消费者购买家电时，销售商往往吹得“天花乱坠”，售后承诺也“完美无缺”。不过不少消费者使用家电出现问题需要维修时，则要付出高昂的维修成本，既包括经济成本，也包括时间成本等。

此前，从“3·15晚会”到消协组织等，已多次曝光家电维修乱象，但舆论监督没有能改变这类乱象。虽然《消费者权益保护法》《三包规定》《部分商品修理更换退货责任规定》等法律法规对相关各方都有约束，但制度的落实情况很不

理想。从某种程度上说，家电维修问题仍在升级。不仅存在收费问题，还存在部分维修点“踪迹难寻”“人去楼空”，造成消费者要付出交通、时间等成本。而“消失的维修点”竟然发布在大品牌官网上，让人无法理解。可见“轻售后”到了何种程度。

更离谱的是，一些正规品牌也搞“山寨维修”。一些家电品牌代理商在卖给消费者产品时，会附上官方维修号码。商家嘴上说这是正规厂家维修，若家电真出了问题，上门的却是“山寨维修”。

毋庸置疑，没有一个消费者愿意碰到“山寨维修”。原因很简单，“山寨维修”在收费方面是否公平合理很难保证，而且维修的效果也让人不太放心，维修后如果再出现问题，则有可能付出更多维修成本、折腾成本，这对消费者来说将

难以承受。其实，正规品牌厂商搞“山寨维修”是一种“砸牌子”的做法。虽然搞“山寨维修”可以降低售后成本，但“山寨维修”上门服务本身就拉低了正规品牌的价值，如果还存在乱收费、维修效果差等问题，正规品牌的形象更容易被“山寨维修”搞砸。

这类正规品牌厂商可能天真地以为，自己搞“山寨维修”消费者不会识破，这还真是小瞧了消费者。如果这类商家还认为搞“山寨维修”不会影响自身品牌形象和销售，恐怕打错了算盘，因为如今越来越多的消费者都会投诉维权，令这些正规品牌形象很危险。

正规品牌别“因小失大”，不要为了售后省钱而搞砸品牌形象。家电市场竞争，虽然价格是主要竞争手段，但品牌竞争不容忽视，因为大部分消费者买家电不仅想省钱，更不想“买麻烦”，而

质量问题、维修问题都会增加消费者的麻烦。希望品牌家电厂商主动改变“重售出，轻售后”的弊病，让包括维修在内的售后服务为品牌形象加分而不是减分。同时，也希望政策和法律层面有所作为，通过规范家电维修领域，来维护消费者的合法权益，让家电企业售后服务早日回归健康状态。

目前，至少应从两方面做起：其一，对家电产品返修率、维修情况进行监测、统计和发布，引导消费者理性消费，倒逼商家提升质量减少维修。其二，对乱收费、山寨维修、踪迹难寻等维修问题进行常态化治理，依法从严处罚违规商家。

此外，消费者也要积极维权。只有消费者依法积极维权，才能从根本上推动维权各环节有效运作，有力遏制维修中的各种违法违规乱象。(来源:新华网)

■张冬梅

卖女打赏主播，岂有此理！

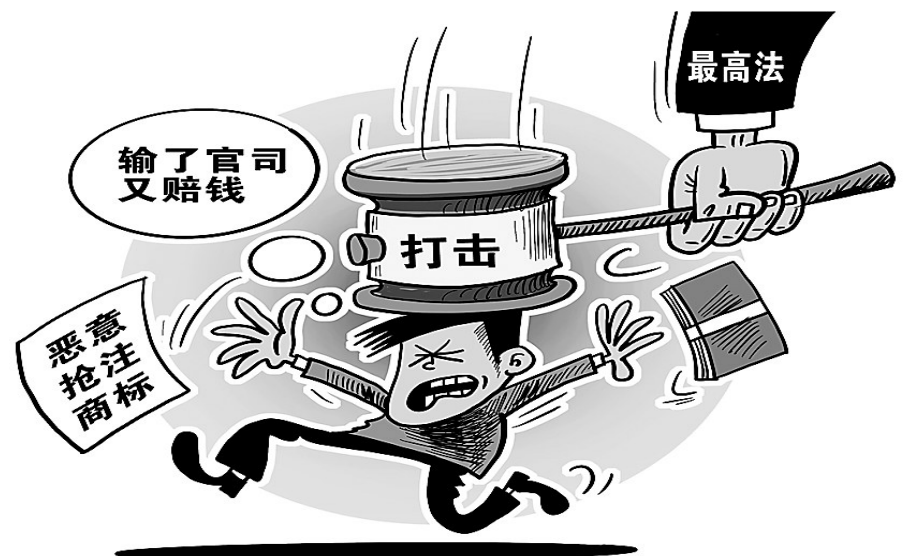
“游艇”“火箭”“跑车”……网络直播间内，充斥着各种需要用真金白银换取的虚拟礼物。近日，一则“8万元卖掉3岁亲生女儿，男子转身打赏给女主播7.3万”的新闻引发社会关注。

“卖女儿打赏主播”，岂有此理！这样的事情实在匪夷所思，让人难以置信。都说女儿是父亲的小棉袄，为人父母，不疼惜孩子本就不应该，更何况还将孩子残忍地买卖。这个父亲的行为不仅突破了人性底线，也越过了法律红线，情理难容。好在，经判决，日前这个残忍的父亲被剥夺了监护人资格，并受到法律惩罚。但其对孩子身心造成的伤害，却不易抹平。

对此，有网友评论：过去都说赌博猛于虎，现如今该说主播猛于虎。事实上，这一观点有些偏颇。不可否认，近年来，网络直播迅猛发展的同时各

类乱象频发，其中与部分网络主播的“过火”行为不无关系，但也不能将责任全部归咎于主播群体。要看到，直播打赏客观上是市场交易行为，买卖双方平等、自愿。于看客，是为自己获得的体验而付费打赏；于主播，是因自己的劳动付出获取回报，本无可厚非。

但因为行业准入、内容审核、实名认证、管理规范尚不完善等诸多原因，网络直播行业当前仍存在一些风险隐患。作为直播行业吸金利器的直播打赏，也因争议行为、纠纷频发常被推上舆论的风口浪尖。对待类似事件，在愤慨、谴责的同时，我们更该思考的是，如何完善打赏审核监管机制，进一步为网络直播行业打补丁、补漏洞，使其在良性轨道上发展。这值得更多研究，也需要平台、主播、用户等相关主体共同推动。(来源:法制网)



违法的代价

“2019年，人民法院审结一批恶意抢注商标的案件，让恶意抢注商标的当事人输了官司又赔钱，谁违法谁就必须付出代价。”

最高人民法院知识产权审判庭副庭长林广海4月21日在国务院新闻办举行的新闻发布会上表示，对于恶意抢注商标行为，近年来人民法院采取五方面措施，形成组合拳，严格规制恶意抢注商标。

新华社发 朱慧卿作