

促销先涨后降电商必须担责

国家发改委12月29日发布《2015年“双十一”综合信用评价报告》，这是其发布的首个“双十一”信用评价报告。报告指出，大部分促销商品趋向接近2015年最低价，但在750多万件促销商品中，仍有过半比例的产品出现了事先提价、当天降价的情况，部分甚至提价高达200%以上。

(12月30日《北京青年报》)

甬上辣评

经过各大电商多年策划，“双十一”已经成为大型促销活动的典型和代名词，事先提价、当天降价却属于违反诚实信用原则的欺诈行为。笔者认为，有效打击此类大范围出现的虚假促销行为，着力点在于提供经营平台的各大电商，只要对电商平台实行严格监管，要求其承担起监管经营者的主要责任，就可有效避免此类违规行为的发生。

根据广告法有关规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。经营者事前提高价格，在促销当天降价，且以提高后的价格为降价基准，等于变相扩大了降价幅度，侵害了消费者知情权，对消费者起到欺骗误导作用，这种行为应该认定为虚假广告或欺诈行为。也即，该行为既可能违反广告法，又可能违反消费者权益保护法。

根据消费者权益保护法的规定，对经营者的欺诈行为，消费者享有退一赔三的权利。最高法院在发布的10起消费者维权典型案例中也明确，销售者网上销售商品有价格欺诈行为，诱使消费者购买该商品的，即使该商品质量合格，消费者有权请求销售者“退一赔三”和保底赔偿。尤其是，虚假广告的发布者、制作者明知或应知为虚假广告依然制作或

发布的，不仅应该与广告主承担连带责任，还可能受到吊销执照、罚款等行政处罚。

那么，网络交易平台虽然不是真正的广告发布者，但仍应承担与广告发布者相同的监管和审查责任，原因有二：

其一，商品数据和价格数据均由电商平台掌控。对经营者在网店或商品页面发布的任何广告，电商平台均有能力监测，通过设置关键词等技术手段，完全可以及时发现违规、虚假广告并及时制止。现今网络上流行的比价软件往往能够显示商品一段时期的价格走势，印证出电商平台有类似的技术水平。

其二，电商平台是先涨后降类虚假广告的受益者。通过虚构原价转化而来的大幅度降价，可以吸引更多的消费者，增加浏览量和现金流，在经营者获取收益的同时，电商平台必然获利不菲。甚至经营者赔本赚吆喝，电商平台却能够稳赚不赔。

总而言之，享有权利、获得利益就应该承担责任，方显公平正义。自营电商应该承担虚假广告和欺诈行为的法律责任，要求其对入驻商家的此类行为承担行政和民事责任并不冤枉。唯有如此，将问责和处罚的板子打在财大气粗的电商平台上，在处罚违规的商家时一并处罚电商平台，才能倒逼其履行监管、监测责任，制止甚至剔除违规商家，避免大规模先涨后降现象的出现，进而形成诚信经营、不欺不诈的网络市场环境。

史洪举（法官）

●热点聚焦

“打骂副市长”的官员为何再上头条

记者从广东湛江相关部门获悉，今年8月因殴打湛江副市长梁志鹏而被停职的湛江市政法委副书记、湛江市维稳办主任庞康稳，日前已易地为官，到湛江经济开发区任党委委员（正处级）。消息传开后，此事件再度引起了公众关注。

(12月30日澎湃新闻网)

4个月前，庞康稳因当众打骂副市长登上各大网站头条；如今，背着处分被调离岗位的他再次上头条。网友可能不理性，甚至借机泄愤，但相关部门不能熟视无睹。官员受处分被调岗本是正常之事，结果引发争议，令人深思。

客观讲，庞康稳的易地为官没有“硬伤”。因“打骂副市长”，今年8月20日庞康稳被暂停职务，接受调查；11月30日，庞康稳被给予党内严重警告、行政记大过处分，同时调岗。12月30日，媒体曝出庞康稳已任湛江经济技术开发区党委委员的新闻。官员犯了错，结果被处分并调岗，没什么奇怪的。

根据党的《纪律处分条例》，党员受到严重警告处分一年内，不得在党内提升职务和向党外组织推荐担任高于其原任职务的党外职务；根据《公务员法》，公务员在受处分期间不得晋升职务和级别，受记大过处分的，不得晋升工资档

次。庞康稳原职务和现职务都是正处级，符合规定。

一次正常调岗何为引发关注？换言之，公众为何对处分结果不满？

首先，从“打骂副市长”事件发生，到处分结果出炉，历时3个多月，时间足够长，看上去调查很深入，但相关部门并没有公布事件的详细信息，连媒体曝出的事件起因也没有回应，公众无法判断处理结果是否符合“事实清楚、证据确凿、定性准确、处理恰当”的原则。

其次，从11月30日做出处分决定，到12月30日媒体曝出庞康稳易地为官，也一个月了，那么为何不在第一时间公布处分结果？如果媒体不曝光，庞康稳被处分和调岗一事是否会悄然无声？对公众关注的事件不回应、不公开，是对民意的不尊重。

第三，这种低调处理方式有“大事化小小事化了”的嫌疑。政法委副书记公然打骂副市长，仅仅是因为“对表彰名额存在分歧”吗？事件背后究竟藏着多少官场矛盾令人遐想。

概而言之，只有拿出足够的诚意，正视和尊重民意，才能避免不必要的误解和猜疑。如此，庞康稳的调任才不会引起如此大的民意反弹。

陈广江

●社会观察

运营成本高,高铁用人没必要重“颜值”

12月30日，海南环岛高铁西段开通运营，与此前开通运营的海南环岛高铁东段实现连通。这标志着全球第一条环岛高铁全线贯通。粤海铁路公司有关负责同志介绍，西环班组的18名资质列车长是优中选优，个个具有“高颜值、高素质”的特点；其他74名列车员也经层层精选，形象靓丽、端庄大方。

(12月30日中国新闻网)

“全球第一条环岛高铁”在全线贯通之际，通过媒体做好对外宣传和推介，也属合情合理。但在介绍乘务班组“高标准、严要求”的管理理念时，毫不忌讳地将“高颜值”隆重推出，并颇有炫耀之意，未必妥当。

当前不懂“颜值”为何物者，已经不多。“高颜值”的含义不言自明，即指女的花容月貌，男的英俊潇洒。自从高铁出现以来，其在员工选择上比较注重外貌，已经成了惯例，在有些地方，招聘“高姐”乃至胜似选拔空姐。但是，存在未必合理。

首先，乘客乘坐高铁出行，最为关心的，还是它的性价比。但实话实说，现在高铁快是快了，价格还是让大多数人觉得挺贵。所以，高铁倘若还是给人以“高价买快捷”的普遍

印象，则其越是“炫颜值”，公众可能越会认为这是“打入成本”和“花钱享受”的。这样的“高颜值”，你说是亮点，许多乘客不见得会认同。

其次，就社会效益而言，人们一直在反对过分地“以貌取人”、“追求表面”。尤其是，对于那些不需要很高技能的服务岗位，要是连堂堂国有的高铁企业，也在无所顾忌地大谈特谈“高颜值”“最养眼”，岂非带头进入选人用人的“外貌协会”？如果一些应聘者仅仅因为姿色平平，谋职就无缘于高铁，这算不算一种“职业壁垒”或“招聘歧视”呢？

高铁“炫颜值”究竟值不值？这些年来，方方面面出于形象公关和建设的需求，经常会搞一些网络问卷等形式的社会调查。我以为，作为国有性质的高铁等企业，或许更应多问多听，了解和收集群众的真实想法与意见，看看用人看“颜值”到底拥有怎样的民意支持程度。

当然，高铁“炫颜值”，并非不可以。但以其“国字号”的企业身份，我看更应先去创出高铁服务“物美价廉”的良好名声，然后才宜适当寻思着配上工作人员的“颜值加分”。假如一面是乘坐价格和运营成本的居高不下，一面却十分热衷于刻意搜罗“靓女帅哥”，那大概也过于任性了。

司马董

●新华时评



消费积分返利不该成“鸡肋”

正值岁末，不少商场、超市会员卡和银行卡、加油卡的消费积分进入刷新清零倒计时。既然是奖励消费者的积分，为何要定期清零？看起来是笔隐形财富，可消费者要想使用时为何总有诸多门槛？网民纷纷吐槽消费积分为鸡肋的背后，是不是也隐藏着商家对消费者的漠视？

在很多消费领域，为了增强客户黏性，商家想方设法引导顾客办理积分卡。对消费者而言，积分累积到一定量可兑换礼品、提货卡或者抵现金。可一些商家定期或不定期强制对积分清零的做法，导致不少消费者很难等到合适的兑换选择，只能任由积分被清零。

的确，积分兑换是商家一种附条件的赠送行为。商家在不违背法规的情况下，可以制定积分兑换规则。不容忽视的是，商家在进行积分清零前，是否真正尽到提醒、公示、告知的义务？如果商家没有尽到这些义务，就强行清零，则有违反约定之嫌。

消费积分领域的不合理现象，不仅仅是年底强制清零。还有消费者看似有很多选择，实际上非常被动。例如，一部分商场消费积分规则制定不公平、不透明，有的大额消费只能换来微薄积分，有的在很不起眼的条款中规定部分商品不参与积分；为积分兑换设置隐性门槛，只能兑换有一定期限的优惠券；积分兑换礼品的质量堪忧，而且往往不能如期获得。这些乱象亟待相关部门依法予以查处，维护好消费者权益。

商家设置积分兑换奖励的初衷，是想提高顾客的忠诚度和满意度。面对消费者对强制积分清零的不满，商家不能置若罔闻，应积极改正相关做法，完善相关条款，让积分卡积累起宝贵的信任，这样才能赢得长久之利。

新华社记者张紫贇

●议论风生

英语第六感考试？

全国大学英语四、六级考试网站日前发布消息，称为进一步提高听力测试的效度，2016年6月考试起将对四、六级考试的听力试题作局部调整：已经使用多年的短对话和短文听写题型将退出历史舞台，取而代之的是新闻听力和讲座/讲话。

(12月30日央视)

@LordTubbington：无所谓，反正都靠蒙。

@小曲喵：新闻听力和学术讲座？我选择上天。

@LinkouPine：全国英语第六感等级考试。

@我姓高但不高可是想长高：意思是六级永远过不了是吗？！

@我爱老吴：为什么人类要相互伤害呢？

@明明mfy：改得好，因为我已经毕业了。

@倒一季花开：谁让我打一下，告诉我这不是真的。

公告

宁波日报报业集团有限公司已于2015年12月经宁波市国资委批准分立，分立后新设宁波报网传媒有限公司、宁波都市传媒产业发展有限公司和宁波报达物流配送有限公司。

依据分立方案，原宁波日报报业集团有限公司下属媒体宁波日报的所有经营业务自2016年1月1日起全部转入宁波报网传媒有限公司；原宁波日报报业集团有限公司下属媒体宁波晚报、东南商报和新侨报的所有经营业务自2016年1月1日起全部转入宁波都市传媒产业发展有限公司；原宁波日报报业集团有限公司发行部的所有经营业务自2016年1月1日起全部转入宁波报达物流配送有限公司。

敬请广大客户周知！

特此公告

宁波日报报业集团有限公司
2015年12月31日