

移动支付时代超市还“四舍五入”？

市场监管部门：无论何种支付都不行！



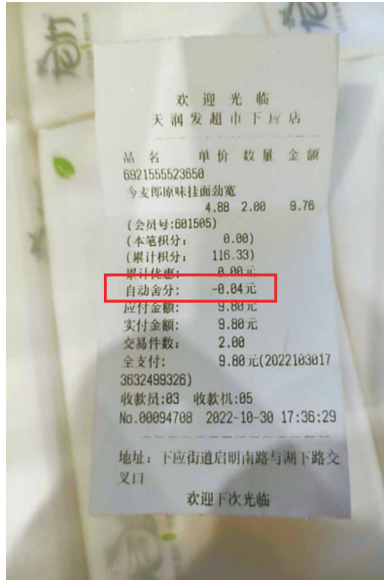
记者 邱韵 仇龙杰

移动支付时代，超市结账仍“四舍五入”多收几分钱是否可以？网友“jj是个小天才”近日在宁波民生e点通群聊留言板发帖，提出了这个疑问。

网友表示，10月30日，他在鄞州区下应街道湖下路天润发精品生鲜超市购买两包面条，共9.76元，实收9.8元。事后去向，店员说他们就是这样的。网友认为，在传统的现金结算模式下，一些商家确实存在分币不足等问题。为了结算方便，提升结算效率，在明确告知并征得消费者同意的的前提下，采取“四舍五入”结算法也无可厚非。但在电子支付模式下，就不存在上述问题，商家继续沿袭“四舍五入”结算法就说不过去了。

在网友提供的购物小票中，记者看到，挂面金额9.76元，小票中显示“自动舍分-0.04元”，成了9.8元。

11月10日，记者对网友所反映的天润发超市进行了走访。在现场，记者购买的物品中包含了



网友账单最终金额被“四舍五入”。（网友“jj是个小天才”帖文）

12.99元的火腿肠，电子支付后，购物小票中并未出现“自动舍分”列项，最终的支付金额也未被“四舍五入”。

超市管理处一名工作人员告诉记者，结账会变成“四舍五入”主要是结账系统的问题，系统未区分电子支付还是现金支付。有市民反映该问题后，超市已向系统进行反馈。系统调整后，目前针对电子支付精确到分，现金支付则多一步人工操作步骤，采取分位抹零的方式，不再“四舍五入”。



记者账单未被“四舍五入”。（邱韵 摄）

结账“四舍五入”是否超市通用法则？随后，记者随机对一些超市进行了走访。

在鄞州区长丰万客隆邻集食品店，通过电子支付后，记者收到的购物小票上，最终金额分位被抹了零，0.09元并未计入账单。

在华润万家宁波锦绣东店，同样通过电子支付，记者收到的购物小票最终金额则按物品原价进行扣除。

有的电子支付会对分位进行抹零计算，有的则依然保留分位。那

么分位“四舍五入”是否合法？超市分位到底该如何计价？

记者为此联系了宁波市市场监管局价格监督管理和反不正当竞争分局。一名工作人员告诉记者，超市的这类情况一直是局里重点的监管内容。根据《明码标价和禁止价格欺诈规定》第八条的规定，经营者在销售商品或者提供服务时，不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。

“也就是标了多少价位就是多少价位，超市在结账时可以分位抹零，但‘四舍五入’进位是不允许的，无论是通过电子支付还是现金支付。”该工作人员说。

他表示，在日常监管中，多数是结账系统问题，这样的情况一经发现后，管理部门则会要求超市限期整改，若屡教不改，情节严重，超市的行为则会被认定为有意为之，性质也将会从“未明码标价”升级为“价格欺诈”。若消费者在日常生活采购中遇到类似情况可向属地市场监管部门反映，维护自己的合法权益。

众筹新闻，我们一起完成的新闻！请大家将身边的温暖、感动或遭遇的困境，通过以下方式告诉我们，线索一经录用还可获得一定的报料费：

1. 通过函报料通道；
2. 拨打宁波民生e点通热线81850000；
3. 微信搜索“nb181850”，关注后留言；
4. 登录宁波民生e点通。

真有打一针瘦10斤的减肥“神药”？

今天是世界糖尿病日，医生提醒：不擅自用药、不避讳用药

说说身边事 给你提个醒

通讯员 杨文颖 夏芳
记者 陈敏

“医生，你给我开一下那个药，一周打一针能瘦10斤的！”最近半年来，北仑区人民医院（浙大一院北仑分院）内分泌科医生夏芳坐诊时，遇到不少要求开“减肥药”的年轻女性，她们口中的“减肥药”其实是糖尿病治疗药。而这些年轻的女患者并没有

糖尿病，甚至根本没有血糖代谢问题。

近几年，糖尿病药物的研究取得了较大的突破，研制出数类控制血糖，保护心脏、肾脏，且减轻体重的药物。作为糖尿病治疗药物，能够被大众所熟知，主要原因是社交媒体的推广。部分短视频夸大该类药物减轻体重的功效，甚至为了吸引眼球，打出“只需要一周打一针，体重下降十余斤”的噱头，误导单纯肥胖甚至本身不胖只是追求更瘦的人群，将这类药物视为减肥“神药”。

夏芳解释，实际上这类药物在超重肥胖治疗中的研究结论都源

于大体重的成年肥胖患者，对于微胖甚至体重正常的人，获益和风险都是未知。此外，药物本身还有常见的胃肠道反应，以及诱发甲状腺髓样癌和胰腺炎的风险，自行用药的做法是不可取的。需要强调的是，这类药物在国内仍然是属于糖尿病治疗的处方药物，未批准用于治疗超重肥胖。在临床应用中国，中国专家的共识是，认同将用药指征放宽至糖尿病前期的肥胖患者。减肥的终极原则还是“管住嘴、迈开腿”。

与之相反的是，内分泌科接诊的不少糖尿病患者，对这类药物知之甚少。医生评估后建议患者使用

这类药物，部分患者却对长期打针心里有些抗拒。

随着研究的深入、科技的发展，糖尿病药物领域出现的这几类新药都有着非常明显的治疗优势，尤其在慢性并发症预防方面，如果能克服对注射剂的恐惧心理，在医生指导下规范使用，会让患者长期获益。

今天是世界糖尿病日，今年的主题是教育保护明天。糖尿病教育不仅贯穿治疗始终，更需要提前至对非糖尿病人群的教育。医生提醒广大市民：正确认识糖尿病，不擅自用药、不避讳用药，才会拥有健康的明天。

种植面积萎缩，加工产业尚未起步—— 奉化芋艿头期待“老菜”做出新味道

民生关切

Min Sheng Guan Qie

记者 余建文

杏叶转黄飘落的深秋，迎来奉化芋艿头的收获季。近日，在剡江边的芋田里，萧王庙街道岭丰村63岁的芋农江明海和妻子忙着清理新鲜采摘的芋艿头，装箱打包交付给客户。江明海今年种了10亩芋艿头，亩产量在1300公斤左右，“今年总共能收1万来只芋艿头，靠老客户能销掉一半左右。剩下的，要发动亲戚朋友去推销，多卖一点是一点。”

芋艿头储存、销售期长，江明海倒不担心卖不完。让他发愁的是，来年来哪里找合适的地种芋艿头。“奉化芋艿头是轮作的，一块地今年种了芋艿头，第二年就要另换一地种。”种了8年芋艿头的江明海说，奉化芋艿头对种植土壤和环境有特定要求，可现在要找到种芋艿头的地越来越难了。

奉化是“中国芋艿之乡”，芋艿头在当地很多农户重要的经济来源。以前从江口到溪口这一带，沿路连片的芋田蔚为壮观，但这几年芋田田田、迎风招展的景象已很难看到，多是一垄垄小块芋田在花木地、山坡边“见缝插针”。据奉化区农业农村局相关人士介绍，奉化芋艿头最高峰时全区种植面积有6000余亩，但近年来逐步萎缩，目前种植面积



▲被花木地包围的芋田。（余建文 摄）

▲岭丰村芋农江明海在采收芋艿头。（余建文 摄）

仅有2000亩，其中主产区萧王庙只有500亩，另外，江口、西坞、溪口、莼湖等地也有种植，而且30亩以上规模的种植芋田极少，多是农户每家三四亩的散种方式。

“芋艿头种得好的，农户每亩纯收入在1万元以上，经济效益还是不错的。”该区农技服务总站马建芳科长说，芋田的萎缩，一方面是近年来城市建设加快，大量农田被征用；另一方面，种芋艿头需要技术和精细化管理，要施用重肥，及时防治病害，劳作强度高，不少芋农因此转行。“奉化芋艿头最适宜种植的是在萧王庙一带的剡江冲积平原区域，沙性土壤种出的芋艿头又圆又大，而移到莼湖沿海地区，种出来的芋艿头会变椭圆形，味道也有差异。”马建芳说，芋艿头味道是否“正宗”，与种植环境大有关系。

“奉化芋艿头名气大，但这些年来产业规模在缩小，价格也是

不温不火。”奉化区农产品品牌创建中心主任王明亚认为，这其中很重要一个因素是奉化芋艿头产品呈现、消费方式几十年来“模样未改”，与现在城市家庭的消费需求有些脱节。奉化芋艿头口感软糯，一直以来都是鲜食，或煮或蒸或做汤羹。“一个芋艿头有一两公斤重，三口之家拿去做菜，两三顿都吃不完。”王明亚说，现代人对于美食的要求是既好吃又好看，而且加工方便，可大多数年轻人拿到这么大一芋艿头，不知道该怎么煮。据记者了解，这几年宾馆饭店是芋艿头的消费大户，但像芋艿头炖鸭、红烧芋艿头等传统芋艿头菜，客人追捧的“热度”也在降温。

只靠零卖、鲜食，没有二次加工，产业就难以做大。面对消费市场变化，奉化芋艿头需要新的面貌，实施新的“突围”。据记者了解，芋艿头在长江以南地区种植广泛，品种也很多，像

广西、江西等省的芋艿头产业之所以发展迅猛，后期的食品加工是重要“助推剂”，既可做成食品原料，还开发出芋艿头饼干、芋饺、芋艿头薯条、芋艿头饮品等产品，打入休闲消费市场。

“奉化芋艿头后端加工这块‘空白’亟须填补，拉长产业链。”王明亚说，农业部门正在与萧王庙街道研究，看能否对芋艿头进行初加工，引入当下流行的“预制菜”概念。比如把大芋艿头切成芋块、芋片，小分量包装销售，做好相应佐料搭配，或者做成真空包装的芋艿头熟食，这样消费者带回家用微波炉加热或简单烹煮就可食用。

“如果初加工能发展起来，芋艿头消费市场打开，也会激发农户扩大种植面积，把产业做大。”萧王庙街道办事处副主任谢贤伦说，萧王庙是奉化芋艿头核心区，祖先留下来的这一优质农产品必须保护好。

上周末宁波最大降温达17.4℃ 本周阳光难觅 阴雨天唱主角



本报讯（记者孙肖）上周末两天冷暖反差巨大，市民仿佛经历了夏秋两季。昨天一早，随着冷空气驱散迷雾，气温从偏高回归到深秋本该有的气温。据市气象台统计数据显示，前天下午3点到昨天下午3点的24小时变温中，余姚梁弄万家岙拔得头筹，降温达17.4℃。虽然最高气温的降幅不具有代表性，但随着这股“全能型”冷空气南下影响，未来一周宁波阳光都难觅踪影，阴雨天将唱主角。

据市气象台消息，较强冷空气已经开始影响我市，气温明显下降，预计今明两天气温最低11℃至13℃，最高15℃至17℃。本周

前期多为阴雨天气，周末为多云到阴。大家出门需常备雨具，以免不时之需。本周我市最低气温将在16℃至18℃，最高气温将在16℃至21℃，冷空气影响下的阴雨天虽然昼夜温差并不大，但也需要注意防潮防寒保暖，适时调整衣着。冷空气带来的不只是降温，还可能诱发或加重呼吸道疾病、骨关节病等。降温天需做好头部、膝关节、肩背、腿部、腰腹、口鼻这6个部位的保暖工作。

此外，今年第24号台风“山猫”（热带风暴级）已于12日晚上在西北太平洋洋面上生成。预计“山猫”今天转向北偏东方向移动，强度缓慢增强，最强可达热带风暴级（18~23米/秒，8~9级），明天在西北太平洋洋面上变性为温带气旋，但好在“山猫”未来对我国无影响。

宁波人力资源市场部分职位工资价位发布 企业从业人员 工资中位数76600元/年

本报讯（记者周琼 通讯员任社）市人力资源和社会保障局近日发布2022年度人力资源市场工资价位和2021年度行业人工成本信息。总体情况看，将宁波市企业从业人员工资报酬按照从低到高排序，处在10%、25%、50%、75%和90%位置的分位值分别为41700元/年、55708元/年、76600元/年、109381元/年和159000元/年。

据悉，本次发布工资价位和人工成本信息是在调查我市经营正常、工资分配制度较完善的2812家不同类型企业人工成本数据及348425名全年正常上班职工工资报酬数据基础上，经过技术归类、汇总、审核、处理和分析后形成。

人社部门还同步发布了我市2021年度行业人工成本信息。从企业人均人工成本水平来看，将宁波市全行业企业人均人工成本水平按照从低到高排序，处在10%、

25%、50%、75%和90%位置的分位值分别为6.12万元/年、7.54万元/年、9.71万元/年、13.74万元/年和22.93万元/年；从人工成本构成来看，从业人员工资报酬、福利费用、教育经费、保险费用、劳动保护费用、住房费用、其他人工成本占人工成本总计的比重分别为83.75%、4.10%、0.41%、8.59%、0.42%、1.55%、1.16%；从人工成本效益来看，全行业人工成本占总成本的比重为30.45%，人事费用率为26.55%，人工成本利润率为57.51%。

人社部门有关负责人告诉记者，人力资源市场部分职位工资价位和行业人工成本信息是供企业和劳动者参考的指导性信息，数据来源于不同类型企业和劳动者2021年度企业人工成本和从业人员工资报酬数据，可为企业招聘、劳动者求职及开展工资集体协商确定工资水平等提供信息参考。

小区突发火灾 居民物业齐救援 关键时刻消防通道畅通显现作用

通讯员 袁伟鑫 方振
记者 江涛

“真是不幸中的万幸，及时发现起火，火灭得也快，损失还不算大。”谈起前几天楼下发生的火灾，奉化阳光茗都小区45幢803室的徐女士至今仍有后怕，不过所幸物业处置及时，消防通道也畅通，消防车来了之后，火势很快得到控制。在整个处置过程中，居民们都对小区消防通道的畅通给予了很高评价。

前几天，徐女士匆匆匆匆地来到小区物业服务中心，反映楼下703室冒烟。物业项目经理李美君赶紧来到现场查看，一面联系其他部门人员切断电源、气源，疏散

后来通过业主告知密码打开密码锁，开门后浓烟就扑面而来。”李美君说，他们用灭火器喷了几次发现没效果，浓烟依旧往外冒，只能无奈撤下来，挨家挨户敲门，疏散整幢楼居民。

消防车到达小区门口后，在物业和热心居民的引导下，1分钟不到便到达了起火楼栋，顺利灭火施救，十多分钟后，火势被完全控制。“以往我们这条路两侧都是车，自从物业在路边打上软桩后，消防通道畅通，消防车能够第一时间赶到，如果没有打软桩的话，后果不堪设想。”李美君说。

记者了解到，由于车辆多、车位少，过去该小区居民直接将车辆停放在道路两侧，使得道路拥堵严重。为解决这一难题，今年9月25日，小区的亚太酒店物业就在小区内实行限流，对车辆进行停车管理，并在主通道设置软桩，实施单边停车，确保消防通道的畅通。

电商客服应是“金字招牌”

陶象龙

据昨天《宁波日报》民生版报道，“双十一”期间，镇海庄市街道三关六码头宁波总部的电商部客服付文婷时刻紧盯电脑，同时回答多名顾客的咨询。付文婷告诉记者：“作为客服要尽最大努力，为顾客答疑解惑，提供更专业优质的服务，提升客户满意度。”

“双十一”过后，消费者和电商客服的沟通迎来了一个高峰期。客服回复的满意度，往往影响到消费者的网上购物体验及电商品牌在消费者心中的形象。面对消费者五花八门的问题，对于电商客服来说，无疑是巨大的挑战。

首先，客服上岗前接受专业化的培训是必须的。比如善于倾听，及时找到顾客投诉的关切点，而不是听了半天，不知顾客

所云。再比如对客户的快速回应，不管是打字回复，还是电话回复，都需要言简意赅，提高处理顾客投诉的效率。

至于不是电商本身造成的质量问题，客服更要多一些换位思考，多一些耐心，做好解释工作，而不是冷冰冰的一句“这事和我们无关”。我们常说，说话是一门艺术。对于客服和消费者的沟通来说，更是一门很深的学问。同样一件事，不同的表述方式，可以把消费者说笑，也可以让消费者发怒。说话技巧和分寸的拿捏，需要客服在长期的工作中慢慢积累和总结。

笔者认为，电商客服理应是店铺的“金字招牌”。作为和消费者进行沟通协商的“桥梁”，客服的服务应该让消费者“称心春风”。（欢迎投稿，来稿请发民生邮箱1871684667@qq.com）