

## 热点追评

## 网上买菜成“网上买贷”，这不是福利是侵权

李英锋

日前有用户指出，自己在不知情的情况下，被美团外卖和美团买菜分别开通金融服务即“美团月付”，欠款100多元。不少网友表示，也曾有过类似经历。记者了解到，“美团月付”是一种授信付款服务，逾期会在个人征信中体现。目前，当事人表示事件已处理，被免除贷款费用，但心情仍十分复杂。

1月11日《北京青年报》

消费者在网上买菜或点外卖，却在未申请、未认证也未绑定银行卡的情况下，稀里糊涂地“买”来了“贷款”，买来了相关费用，甚至差一点因此背上信用污点，这不仅让人感到意外，更让人感到忧虑。

按照美团投诉客服经理的说法，给消费者开通300元月结账单（美团月付小额授信），是对优质客户的默认服务。从“默认服务”一词可以判断出，消费者在美团平台消费后，被贷款具有一定的普遍性，且被贷款貌似还是一种优待。但其实，这压根就不是什么福利待遇，而是一种侵权行为。

贷款是一种契约行为，由于贷款关乎当事人的财产权益、征信权益，贷款也是一种严格的契约行为，必须包含借贷双方的要约和承诺流程，也即借贷双方必须遵循平等、自愿、公平、诚实信

用、守法的原则达成贷款合意。美团在消费者不知情的情况下，以“默认服务”的方式给消费者开通“美团月付”等贷款程序，把消费者悄悄地导入借贷关系中，或者在未充分告知、提示的情况下，对贷款入口进行简单设置、隐蔽设置，利用“账单立减”“免费领红包”等优惠信息，吸引消费者在不注意的情况下点入贷款模式，让消费者背上贷款义务。而贷款不是天上掉下的馅饼，不是免费午餐，贷款要还，且会产生利息、罚息等费用，如果消费者一直蒙在鼓里，或不以为然，还可能影响个人征信，在很多生活或消费场景中受限。

网上买菜成“网上买贷”，继而引发了消费者的吐槽，这暴露出一些网络平台过度推销贷款、诱导贷款的难看吃相。对此，市场监管、银保监、商务等部门以及消保组织有必要介入干预，积极受理消费者投诉举报，收集企业的违法侵权线索，梳理共性和个性问题，通过约谈、立案查处、推行网贷格式合同范本、曝光典型案例等形式，倒逼平台企业增强自律意识，守住底线，规范贷款行为，警示消费者擦亮眼睛，增强维权意识。而消费者在消费下单时应该多留个心眼，谨慎查看有关按钮或内容，避免误操作、误贷款。

## 街谈巷议

## “社区暖房”，民生细节处的“一束暖阳”

郭元鹏

1月7日，寒流已至。室外寒风刺骨，室内却温暖如春，50多位老人三五成群，其乐融融。这一幕发生在宁波北仑区新碶街道紫荆社区，为了让老人有个御寒的地方，社区打造了“社区暖房”，打开空调，让“舍不得开空调”的老人到这里拉拉家常。

1月8日《宁波晚报》

为何想起来打造“社区暖房”！原来，这个社区发现，不少老人习惯了“过紧日子”，即便是气温下降，天气寒冷，还是“舍不得打开空调”，只能待在“冰冷的房间”里。这个社区属于“老年社区”，60岁以上的老年人有1000多人，其中困难、空巢、高龄老人多达100余人。“冷空气来袭，老年人抵抗力弱，说实在的，他们子女不放心，我们也不放心。”社区干部说，打造“社区暖房”，是想让老人安全、温暖过冬，同时做到资源最大化利用。

“社区暖房”能够和谐邻里关系。居住在钢筋水泥的城市里，人们来往的机会越来越少，即便是没有工作的老年人，也很少聚在一起了。打造“社区暖房”，让在家的老年人，走出小居室走进了大社会，他们聚在一起聊聊天，说说知心话，纾解了心灵的寂寞，和谐了邻里关系。而更大的作用还在于，大家可

以“抱团取暖”，互相帮助下。

“社区暖房”能够有效节约资源。如果大白天天家家户户都打开空调，确实也是资源的一种浪费。而有了“社区暖房”之后，就能更好节约资源了，大家在“社区暖房”里取暖聊天，幸福无边。

“社区暖房”能够拉近干群距离。一个小小的举动，对于社区干部来说是举手之劳，也花不了几个钱，但是收获的却是“满满的感动”。都说基层工作难干，仔细想想只要“心在”就不难干。往往是细节决定着成败。干部多为百姓着想，百姓自然拥护你。

其实，“社区暖房”只是这个“最寒冷冬天”的一个方面的呈现。在这个寒风瑟瑟的冬天里，很多城市都流淌着“一束暖阳”：有的城市建设了“环卫驿站”，让环卫工人喝杯热茶，吃口热饭；有的城市打造了“外卖车位”，用照顾外卖小哥方便停车的方式释放了关爱的暖意；有的城市饭店，开展了“剩饭菜赠送”活动，将“卖不完的饭菜”送给有需要的人；有的城市开通了“民工歇息处”，让农民工歇歇脚，取取暖……

这些在城市流淌的“善意”，汇聚成了“城市的暖阳”。我们的城市就该是最温情的，最民生的，最幸福的。

## 图说世相

## “蓝领”也能评职称了

近日，人社部公布《关于进一步加强高技能人才与专业技术人才职业发展贯通的实施意见》。其中《意见》强调，进一步破除唯学历、唯论文、唯资历、唯证书的倾向，淡化高技能人才职称评审的学历要求，具备高级工以上职业资格或职业技能等级的技能人才，均可参加职称评审，不将学历、论文、外语、计算机等作为高技能

人才参加职称评审的限制性条件。这意味着，快递员、育儿嫂等“蓝领”也能像医生、工程师等“白领”一样参加职称评定了。

1月10日《工人日报》

漫画 严勇杰



## 三江热议

## 扩大“禁塑令”朋友圈势在必行

郑建钢

“今年1月1日起，国家‘限塑令’正式升级为‘禁塑令’。这两天我们销售的电话可以说天天被客户催交货。有存量客户，也有通过网络搜索、熟人介绍的新增客户，都急着要全生物降解塑料袋。”慈溪市和达塑料制品有限公司总经理陈科杰告诉记者，目前该企业的订单已排至春节前。

1月11日《宁波日报》

从“限塑令”到“禁塑令”，一字之差，充分显示了国家对“白色污染”说“不”的决心和信心。

但是，在“禁塑令”之下，依然还有不少“禁塑盲区”。主要是在沿街餐饮摊位、农贸市场、外卖等领域，由于“禁塑令”的传递不到位，管理有欠缺，售卖者禁塑意识有待提高，再加上带有明确可降解标志的塑料袋价格相对较高，不可降解一次性塑料袋随处可见，与“禁塑令”的具体要求相比，还存在较大差距。

认真贯彻执行“禁塑令”，不是个人的事情，也不是一两家企业的事情，而是要树立长远的目光，不计较一时一地的得失，通过全社会发力，形成共识。一方面，令行禁止，加强管理，提高认识，层层推进“禁塑令”，进一步消除“禁塑盲区”，让禁塑成为每个人

的自觉行动；另一方面，重科研，搞开发，改进生产工艺，提高科技含量，进一步降低生产成本，让大家都愿意使用、习惯使用全生物降解塑料袋。

令人欣喜的是，随着“禁塑令”日益深入人心，公众的环保意识在不断提高，对禁塑重要意义的认识在不断增强，禁塑的“朋友圈”在不断扩大，外出购物习惯带上帆布袋、编织袋、竹篮的市民越来越多，为“禁塑令”的进一步推进并落到实处打下了坚实的基础。正因为有了比较广泛的群众性，从而使得和达塑料这样的生产企业更有了用武之地，企业的订单也越来越多，产量大幅提高，有望早日走出薄利甚至亏本的尴尬局面。

和达塑料早几年就瞄准市场需求，立足于全生物降解塑料袋的研发，是难能可贵的。有理由相信，随着将来市场用量的不断增长，全生物降解塑料袋的单价也会随之下降，基本稳定在消费者可承受的范围之内，不至于影响消费者的消费体验；“禁塑令”也有望真正落到实处，被买卖双方所接受；企业也因为薄利多销而占有市场一席之地，取得良好的经济效益和社会效益。这是全社会各方面都希望看到的多赢结果。