

安徽人的生活指南

## 给网约车管理“松绑”是应有之义

■ 苑广福

时评  
ShiPing

去年7月,《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》发布,同年11月1日起生效,随后多地出台网约车管理细则,其中不乏对司机户籍、营运车辆标准的要求。新政实施一年来,不少乘客表示,打车更难、价格更高。自今年9月开始,包括福建泉州、甘肃兰州、浙江杭州在内的多个城市,被曝出松绑了网约车政策。(11月19日央广网)

网约车新政最大的意义,是明确了网约车的合法地位,使得网约车这一新出现的事物从野蛮生长的状态进入了规范发展的阶段,同时不管是不是网约车企业还是从业者,其合法权益都能够得到国家

法律的保护。可以说,这就为网约车的健康和长远发展,奠定了坚实的基础。但是从新政实施的这一年多来看,结果似乎不太令人满意。

比如很多网友反映和以往相比,打车更难、价格更高。与此同时,网约车司机同样颇多吐槽之声,比如收入比以前降低了,比如地方政府设置的行业准入门槛太高,想从事网约车行业从事不了。一些人干脆选择“跑黑车”,结果又反过来损害了正规网约车和传统出租车的利益。

这当然不是说网约车新政有问题,主要问题其实出在地方政府出台的实施细则上。笔者以为,部分地方政府在出台网约车实施细则的时候,过多考虑了自己监管的需要和便利性,客观上忽视了公众和网

约车企业、从业者的利益,也就是忽视了这一行业的良性和健康发展,结果导致很多地方的网约车越管越严、越管越死,最后自然是消费者“打车更难、打车更贵”。

“宽进严管”是目前一个比较务实的发展方向,就是适当降低网约车准入门槛,但对于进入这一行业的企业和从业者,则要加强监管,健全和完善相关配套措施,制定对严重违法失信网约车经营者和驾驶员的联合惩戒机制,建立行业“黑名单”制度和市场退出机制,不断提升行业服务质量和水平。只有这样,才能通过互联网+网约车新业态规范管理和不断培育市场,最终构成多样化、差异化、品质化的出租汽车出行服务体系,适应市场的需求,满足公众的期待。

微|声音

一生约3年在厕所度过!  
这些洁厕妙招你得知道

①白醋和柠檬果皮可以用来清洁陶瓷洁具,还会散发清香;②牙刷是清洁瓷砖缝的好帮手;③淋浴喷头堵了?泡在醋里就能解决;④镜面上涂些肥皂能防雾;⑤厕所摆放绿色植物能调节空气。

@央视新闻

学生举报同学带零食反被罚  
老师:不能培养告密者

小学生带零食到学校被同学举报,老师发现举报者不仅威胁勒索同学,还专挑对自己有利的部分讲。“惩罚了举报人”的老师对媒体表示,希望班级井然有序,但不希望通过同伴之间的相互告密来掌握他们的动向。

@楚天都市报

非|常道

董明珠:好的企业不仅要做好产品  
还要对社会负责

近日,董明珠在演讲时说,格力五年时间分红超过360亿,是上市公司里最优秀的企业之一。她还怼了一把贾跃亭,称好的企业不仅要做好产品,还要对社会负责;贾跃亭弄了一个概念,把股民的血汗钱弄没了,这是带给社会负能量。

@财经网

时事|乱炖

## 垃圾短信岂能成“难治”之疾

■ 杨玉龙



挡不住 王恒/漫画

今年的“双11”刷新各项纪录。然而,狂欢的背后却是营销短信对消费者的不断骚扰。数据显示,去年“双11”购物狂欢节期间,用户收到的单日垃圾短信最高达到1.97亿条,今年营销短信的数量远远超过这个数字。过多的营销短信让消费者不胜其烦,有些甚至已经影响到消费者的日常生活。(11月18日《法制日报》)

不难分析,垃圾短信难治的原因在于,一是这其中有着巨大利益空间,一些商家逐利忘义;二是治理垃圾短信的相关规定,可操作性不强,通信运营商应负的责任没有得到落实;三是一些个人信息的肆意泄露也导致了垃圾短信的“精准”推送;四是违法成本低,对一些群发垃圾短信的违法行为,处罚上“打不疼,也就谈不上打得死”。

我国《通信短信息服务管理规定》明确规定:短信息服务提供者、短信息内容提供者未经用户同意或者请求,不得向其发送商业性短信息。违者可处一万元以上三万元以下罚款。所以,治理垃圾短信,通信运营商把好第一道关非常重要。

其次,对于手机用户而言,需加强自身防范。一方面要敢于对垃圾短信说不,比如,向通信运营商进行投诉等;另一方面,也可以利用好手机安全软件,对垃圾短信进行拦截;再者,也应做好个人信息保护工作,比如,一些带有个人敏感信息的快递单等,做到妥善处理,以减少个人信息泄露造成的骚扰。

此外,也需要形成齐抓共管、严打严管的局面。据笔者了解,尽管国家相关法律法规已将商业广告短信发送规范等内容纳入其中,但还未明确各部门对源头广告主的监管责任,还未形成齐抓共管的工作机制,这就导致了垃圾短信法规上重视,到头来却出现没人管与管不了的局面,这无疑会纵容垃圾短信的为所欲为。

互联网和智能手机给人们带来了便利,但这种便利绝不是提供给“为非作歹”用的。因此,对于一些商家而言,做生意规规矩矩最重要,靠垃圾短信营销只会侵犯手机用户的人身权和财产权,更会遭受诟病且令人反感,乃至自毁形象。

热点|冷评

“拒给妹妹捐骨髓”  
需要反思科普缺位

■ 郝雪梅

近日,一则“患病妻子骨髓移植当天,配型成功的俩哥哥突然反悔,丈夫跪求岳父”的消息引发网络热议。11月17日,记者在航天中心医院见到了患者王爱的丈夫范林俊,范林俊称目前他患白血病的妻子病情较为稳定,仍希望妻子的两个哥哥能够捐献骨髓。王爱的三哥则表示,此前的网络消息不实,自己也要为了妻子和孩子考虑。(11月19日《彭城晚报》)

面对等待救命的妹妹,两个配型成功的哥哥,原本答应捐献骨髓,可是到了马上动手术的时候却反悔了,不愿意给妹妹捐献骨髓了。关键时刻,亲情一分不值,这触碰了社会神经。当患者的丈夫将信息爆料给媒体之后,“拒给妹妹捐骨髓”的两位哥哥触怒了众怒,网络上叫骂之声不止。

在笔者看来,对于“哥哥拒绝给妹妹捐献骨髓”事件,我们可以有情绪。但是,作为局外人的网友,似乎没有权力去肆意谩骂“不捐骨髓的哥哥”,一味搞道德审判。我们确实希望两位哥哥能够主动担当,可到底捐献与否,也是他们的权利。捐献骨髓遵从的是自愿原则,任何人都没有权力强迫别人捐献骨髓。

不过,“拒给妹妹捐骨髓”倒是值得反思。为何人们会恐惧骨髓捐献?类似的情况经常发生。几年前,一位志愿者配型成功之后,去医院做手术,就在上了手术台的瞬间,他突然跳下手术台,从此消失了。最终媒体记者找到了他,他痛苦地说:我害怕影响自己的身体健康。

害怕影响自己的身体健康,是很多人的担心。正如“拒给妹妹捐骨髓”的两个哥哥说的那样:我们都有家庭,我们都有妻子,万一身体垮了,家庭谁来照顾?

问题就在于此。捐献骨髓不能说没有一点影响,但是只要手术规范,骨髓是有“重新生长”能力的,能够在捐献之后生长出满足人体健康需要的骨髓量。现实是,这样的科学道理很多人不知道,即使知道也是半信半疑。这说到底还是科普的缺位,所以需要全社会加大科普的力度,打消人们对“捐献骨髓影响健康”的担忧。

市场星报

全国数字出版转型示范单位

新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582  
Email admin@scxb.com.cn零售价 1元/份  
全年定价 240元法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师承印单位 安徽新华印刷  
股份有限公司安徽财经网  
www.ahcaijing.com星报传媒  
全媒体矩阵

官方微信 scxh123

掌中安徽  
APP客户端掌中安徽  
微信

星报官方微博



安徽24小时



星报艺术中心



小记者



医药与健康



财经安徽