



□人民日报社主管 环球时报社主办 □第1354期 □2020年11月20日 □邮发代号:1-70 □国内统一连续出版物号:CN11-0067 □订报电话:11185-2-2 □零售价1.5元

## 传递制度善意的 “7天冷静期”

文/高自发 图/臧强



如今全民健身理念深入人心，很多人已经不满足于公园里撞大树的健身野路子，纷纷走进了健身房，以期通过科学的训练达到强身健体的目的。但是，理想的丰满，干不过现实的骨感，头脑容易发热的人，行动往往也善变，花重金办了健身会员卡，却再也没去过健身房，会员卡又不能退，银子白花了，肠子也悔青了。

随着《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本(征求意见稿)》的出台，这种头脑热得快、冷得也快的人，终于有“7天冷静期”这款后悔药可吃了。合同示范文本有一条就明确规定：“消费者在签署合同次日起的7日内，在未开卡使用会员服务的情况下，都可以单方面解除合同并获得全额退款。”

“7天冷静期”可以让心痒难搔的冲动型消费者利用这段时间冷静思考：是否必须？能否坚持？想明白了再交费，交了费就

别后悔，以免造成经济浪费或因退费带来纠纷。不得不说，这一合同条款真的很人性化，既保障了消费者的权益，也规范了健身行业的发展。

其实“7天冷静期”并不是新事物。今年5月28日，新修订的《中华人民共和国民法典》就规定离婚也要有“30天冷静期”，以免因为一点鸡毛蒜皮小事儿就吵吵离婚的夫妻，脑子一热说离就离了。

还应该把“冷静期”再推广到其他领域，至少所有采用预付费模式的行业，都应该给消费者一个冷静期。比如教育培训，家长望子成龙，花了大价钱给孩子报了兴趣班，孩子却一点兴趣也没有，死活学不进去，想退费？没门儿！

上海的合同示范文本体现了满满的制度善意，让原本冰冷的条款有了温度，希望“7天冷静期”这样的条款出现在越来越多的消费制度中。当然，消费者也要量力而行，必须养成理性消费的好习惯，否则无论给他多长的冷静期，都挡不住他体内那个冲动的魔鬼闹妖劲儿。

## “明星脸”的毒性美学

孙建兴

美学理论中，没有“毒性美学”一说，这听起来就像《香水有毒》的歌名一样荒唐。然而，人们对美的噤若寒蝉，也证明了认同香艳背后所具有的充满魔力的毒性存在。人类是美的感受者和创造者，一切文明与进步，大多围绕着审美这个主题。

有本事的圈美，没本事的赏美，有点小野心的就想着窃美。窃些什么呢？细思一番，美好的世界

里，也只有明星脸尚未注册，窃脸吧！

科学上说，地球上100年才会出现一张自然人相同的面孔。靠天生长相是粘不上明星了，可这难不倒国人，一款AI换脸软件就能将明星的头部移至自己的项上，再配上特殊音效调出来的同步声音。

绝了！朝思暮想的偶像，零距离出现于短视频平台，追星族们不疯狂都不行：细雨般的柔情，滋润

着干涸的心田，随着心跳，多年的积蓄也一同飞向了屏幕的另一边……

据媒体报导，前一阵子刚揭发了一群视频上的假“靳东”，又来90多个假“董卿”，而这些以明星名义创建的短视频账号，都打着创业赚钱的幌子，坑骗钱财。网上甚至有“教程”称：只要照着“明星+嘘寒问暖”或“明星+‘正能量’”这两类创作思路，就能吸引大批中老年粉丝。有一名已婚大叔被欺骗，沉迷网络“董卿”并与老婆分居，搞得家里鸡飞狗跳。

剖析“明星脸”的骗术，不难看出追星族们的空虚与狂热。或许，这些“假明星”在短视频上的入驻，也让追星者产生了“旧时王谢堂前燕”，也可“飞入寻常百姓家”的错觉。人们笃信“明星脸”，也就不奇怪了。

据统计，国内短视频用户多达6.3亿人，庞大的社会窗口下，骗子都入驻了，监督部门是不是也该加大力度，利用法治宣传来提醒和揭露骗术呢？

高雅的美学和香水有了不该有的毒性，还请诸位擦亮眼睛。