



# 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,人们对美的嚮若寒蝉,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。

