

城市锐评

用严格监管之手清除“年龄附加费”等旅游堵点

■李英锋

日前,四川省文旅厅下发《关于进一步规范老年旅游市场秩序的通知》,治理规范旅游市场秩序,严厉打击收取“年龄附加费”等违法违规行为,切实维护老年旅游者合法权益,提升老年旅游服务质量,营造公平透明的老年旅游市场环境。

“年龄附加费”是旅游市场的痼疾,一些旅行社以超过一定年龄的老年人或未达到一定年龄的儿童消费能力低、行动相对不便、服务风险高为理由,在正常的旅游费用之外,再向这两个年龄段的游客收取一笔“年龄附加费”。对此,游客怨声载道,频频发起投诉举报。各地文旅监管部门也不断发声,严令禁止收取“年龄附加费”,并开展了多轮治理行动。

但是,旅行社收取“年龄附加费”具有顽固性、反复性,有些旅行社不愿放弃“年龄附加费”这一“传统的既得利益”,在违规侥幸心理的驱使下,罔顾禁令,拒不收手,长期利用交易优势地位或明或暗地强收“年龄附加费”,侵犯游客的权益。显然,文旅监管部门有必要进一步加大收取“年龄附加费”违法违规行为的治理力度,

形成高压态势,充分释放监管的惩戒、震慑、警示效应。四川省文旅厅瞄准旅行社收取“年龄附加费”等违规侵权点,开展对老年旅游市场的治理规范行动,向社会释放出积极的信号,向老年游客释放出了法治和诚信善意,对于净化旅游市场环境、维护老年游客合法权益具有重要意义。

旅行社向老年或未成年游客等消费群体提供的旅游线路、旅游项目、旅游内容等服务与其他游客没有明显差异,却在收费上执行双重标准,让老年游客或未成年游客多花一笔钱,加重了游客的负担,对游客不公平不合理,构成价格歧视,侵犯了游客的公平交易权。如果旅行社以格式合同或口头通知、声明等方式向游客强收“年龄附加费”,就具备了霸王条款的违法属性,背离了有关呵护老年人和未成年人的法律要求。

通过媒体的公开报道可以发现,个别地方的文旅监管部门一度对旅行社收取“年龄附加费”的行为认知存有误区,以为法律对收取“年龄附加费”没有明确禁止,在监督执法过程中难以找到干预处罚依据,无从下手,只能告诫督导旅行社增强自律意识,整改收费行为。其实,查处收

取“年龄附加费”的行为完全有法可依。《旅行社条例实施细则》第三十九条规定,同一旅游团队中,旅行社不得由于旅游者存在的年龄或者职业上的差异等因素,提出与其他旅游者不同的合同事项。针对触碰该条款的违规行为,该实施细则第六十一条还明确,县级以上旅游行政管理部门责令改正,处1万元以下的罚款的职权。收费标准是旅游合同的关键内容,旅行社以老年游客等旅游者存在年龄上的差异为由,设置高于其他游客的收费标准,收取“年龄附加费”,构成消费歧视,触碰了法律的红线。文旅监管部门有理由也有依据、有责任对违规收费的旅行社进行调查追责。在网上检索,也不乏地方文旅监管部门因旅行社乱收“年龄附加费”开出罚单的案例。

各地各级文旅监管部门都该以问题为导向,依法加大对旅行社收取“年龄附加费”等违法违规行为的治理力度,该处罚的就处罚、该整改的就责令整改、该曝光的就曝光、该警示的就警示,以全面严格的监督执法推进履职到位,规范旅行社的经营行为,以监管之手清除“年龄附加费”等旅游堵点,为游客营造诚信、公平、透明的市场环境。

深挖严打 虚假APP诈骗

■潘铎印

以高额度、低利息、不查征信、到账快等夸张内容吸引眼球,用以筛选有借款意愿的诈骗目标,然后再以需要缴纳会员费、验资费、解冻费、保证金等多种名目实施诈骗……有媒体报道,一些诈骗分子仿冒京东金融、马上金融、360借条等平台,推出大量“李鬼”APP。这些虚假APP的logo与正规APP的logo非常相似甚至一模一样,因此容易让人信以为真,目的是想方设法骗取消费者的钱。

随着移动互联网的兴起和智能手机的普及,各类APP纷纷上线,越来越多的互联网企业、电商平台也将APP作为销售的主战场之一,越来越多的消费者习惯通过APP进行学习或购物。于是,一些诈骗分子便盯上这一智能领域,开发出虚假的APP,通过各种手段对消费者实施诈骗。互联网技术的广泛应用和快速发展给人们的生活和工作带来了便利,也为犯罪分子提供了“温床”,留下可乘之机。

据媒体报道,今年以来,国家网信办反诈中心排查打击仿冒APP4.2万个,并纳入国家涉诈黑样本库。目前,国家涉诈黑样本库已涵盖并处置涉诈网址380.4万个、APP51.4万个。其中,已发现的假冒京东金融的APP共5677个,假冒马上金融的APP865个,假冒360借条的APP681个。

惩治假冒APP要深挖严打。诈骗分子仿冒各大平台,推出大量“李鬼”式APP实施诈骗,给一些网民造成巨大财产损失。各地公安、网信、金融、市场监管等职能部门要强化联合执法,依法开展网络安全监督管理和侦查打击,加大对山寨APP、“李鬼”APP的打击力度,将“李鬼”APP利益链上各个环节受益者一网打尽;对仿冒者要立刻启动司法程序,实施严厉惩罚,给予经济顶格处罚、高额赔偿申请,让侵权者倾家荡产;用好经济、法律等多手段,对无视法治权威、侵害用户权益的仿冒者挥以重拳,切实提高研发、经营、推广虚假APP的违法成本,让其得不偿失,铲除互联网平台的“毒瘤”;更要顺藤摸瓜,将背后的利益链、技术黑手全部挖出来,斩断开发虚假APP的黑手,形成有效震慑力,切实保障用户的网络安全、财产安全,保护好消费者的合法权益。

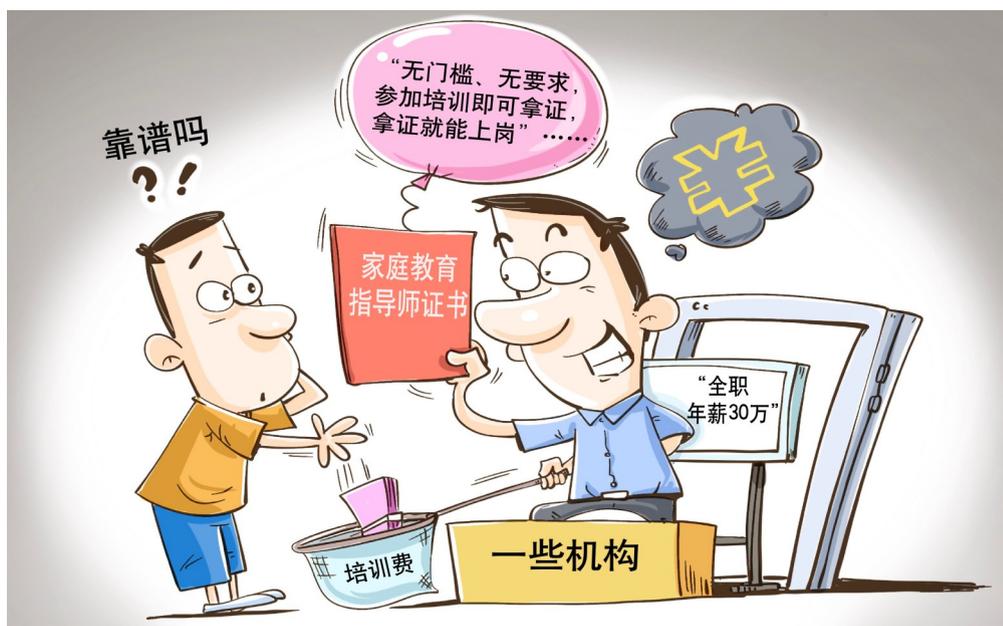
诈骗分子利用仿冒APP诱导欺诈网民,让网民遭受严重的财产损失,应引起足够关注。各平台要加强对可供下载APP的安全性审核,切实履行好审查义务,切断违法虚假仿冒APP传播链条,让各路“李鬼”无门可入。消费者要保持高度警惕,一定要通过正规的应用市场下载,不要扫描陌生人发来的二维码,树立防范意识,防止上当受骗,造成经济损失。

忽悠

一段时间以来,家庭教育指导师培训的广告频频出现在一些微信公众号、网页、短视频平台,“全职年薪30万”“兼职咨询费500元/小时”“市场需求多,岗位缺口大”……类似广告吸引了不少人参加培训考证。

“新华视点”记者调查发现,一些机构的培训项目收费几千元,但课程内容多为七拼八凑,号称的高薪就业更是难以实现。

新华社发 王鹏作



微言微语

互联网医院为何遇冷落

背景:

互联网医院兴起之初,是为了让信息多跑路,让老百姓少跑腿。但目前,零出诊、零评价、零回复是部分医生在互联网医院的工作状态。据不完全统计,目前全国超过1.3万家二级以上医疗机构中,建成互联网医院的约为1700家。《2021中国互联网医院发展报告》显示,超九成互联网医院处于建而不用或浅尝辄止的“僵尸状态”。互联网医院为何遇冷落?

①丁玲:互联网医疗服务火了,医院却热不起来,症结在于一些互联网医院名为

互联网医院,实质上依然是线下的运行模式。线下医生转线上,只能在完成线下高负荷工作量后,利用休息时间开展线上问诊服务。云端服务只是“副业”,耗时费力,再加上诊疗收费低,医生宁愿去市场化机构拿更体面的“阳光收入”。欲让互联网医院热起来,需要线上线下一体化衔接,最大限度地盘活优质医疗资源,解决老百姓看病就医的难题。

②《光明日报》:收费是连接线上诊疗供需的关键纽带,要想促进互联网医院快速、健康发展,就要敢于和善于“谈钱”。既要让互联网医院和医生获得与之匹配的劳动报酬,又要避免出现乱收费等现

象,就得针对线上诊疗服务认真设计收费项目,科学确定收费标准。除了使用经济手段激励,还要为线上诊疗规划好时间与精力。

③《工人日报》:互联网医院为患者寻医问药提供了诸多便利,很多医生却对此积极性不高,一些医生仅把互联网医院的工作当成“副业”。除了工作时间难保证,互联网医院诊疗费定价不合理也是医生积极性不高的原因。建议相关部门及时制定互联网医院诊疗的相应规范及物价标准,完善不同角色人员的绩效激励评价机制,让医生、护士、药师和技师的劳动价值能分别得以体现。