

城市锐评

察言观社

禁签“最低价协议”
规范直播带货秩序

■关育兵

“全网最低价”是许多直播电商吸引消费者的杀手锏,而一些头部直播带货主播和商家签订“最低价协议”的行为,近期更是引发颇多争议。

针对这一可能扰乱市场秩序的行为,“电商之都”杭州出手了!日前,该市司法局发出征集《直播电商产业合规指引(征求意见稿)》的公告,面向社会各界公开征集意见建议。《直播电商产业合规指引(征求意见稿)》提出,直播电商从业者不得要求商家签订“最低价协议”,或采取其他排除、限制竞争的协议、决定或协同行为(依法不构成垄断协议的除外)。

伴随着我国网络零售市场持续稳步增长,直播电商交易额、场次、观看人次和直播商品数也呈现持续增长态势,直播电商已成为商家推广产品、吸引消费者的重要途径。然而,在直播电商行业的发展过程中,出现了一些乱象,比如强迫商家签订“最低价协议”。此前有媒体报道,品牌方如果想要和大主播合作,除了付出高佣金,还要签一份“最低价协议”——要求其他所有渠道(包括但不限于其他直播间、实体店、网店)的卖价都要比直播间高。这两根绳索,勒得一些国产品牌几乎喘不过气来。

表面上看,主播要求商家签订“最低价协议”,是在为消费者谋福利。但仔细想来,可能并不仅仅如此。有了这个最低价,无论消费者是否喜欢主播,冲着最低价也会去直播间看一看,这会进一步增加主播的影响力、号召力;反过来,凭借这些观看数据,主播能够进一步提高直播佣金。

“最低价协议”不断抬升着相关主播的带货利润,同时也吞噬着品牌方的发展空间。有品牌方表示,对于一些商品,主播的佣金能达到商品价格的80%,如果再除掉物流费、包装费、人工成本等,留给产品的成本不能超过10%。如此情形之下,品牌方如何发展?

而对于许多小主播,由于缺乏这样的优势,生存发展出现了困难。据最新的中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告显示,0.4%的主播月收入超过10万元,95.2%的主播月收入不足5000元。如果不依法规范签订“最低价协议”的行为,电商直播行业将难以良性发展。

对消费者来说,虽然可以获得一时的低价,但如果品牌方、商家不能获得正常的利润,行业无法可持续良性发展,这些低价商品最终也会消失,消费者就不得不为新的高价商品买单。

不合理的“最低价协议”已经成为直播电商行业健康发展的阻碍,必须予以遏制。作为“电商之都”,此次杭州对“最低价协议”出手,无疑是已经看到了其广泛的破坏力。希望直播电商行业所有的参与者都能在公平的基础上竞争,为消费者提供真正的优惠。

便民地图体现城市精细化治理温度

■丁慎毅

近日,上海警方在“交管12123”APP上线了“公安交管服务网点地图”功能。该功能通过对车驾管业务办理的网点地址、所需材料等信息进行多角度的关联性整合,为市民提供更便捷的查询、指引服务。据了解,这是该功能在全国范围内的首个试点。

这份地图体现出的的是为民服务的标准化、精细化。以点击“补换领驾驶证”为例,系统会根据手机定位按距离展示可办理网点的列表,用户可点击画面中间部位补换领证件的原因,以便系统更加精确地推荐可办理网点。用户选择一家要去的网点后,页面则会显示该网点的地址、联系电话、可办理业务范围等信息。人们点击“地图”标志,还可直接获取导航服务。这样一份“公安交管服务网点地图”,可以说是一份便民地图,凸显了城市精细化治理与最新技术融合、与市民急难

愁盼契合的思路,折射出“人民城市人民建、人民城市为人民”治理理念。

近年来,各地涌现出一批绘制便民地图的典型案列,如深圳的“蚊子地图”“无障碍地图”、上海的“上海‘摊’服务地图”、东莞的“小修小补便民地图”、淄博的“烧烤地图”、宁波的“积水地图”、鹰潭的“农民工地图”等。值得一提的是,北京在2021年上线的“12345服务导图”,从“蚊虫叮咬地图”到“红叶地图”,从“办税服务地图”到“空气质量地图”“停车点地图”等,涵盖了文体旅游、交通管理、党群服务、民政事务等各方面,折射出服务态度和治理能力的不断升级。

“履不必同,期于适足;治不必同,期于利民。”人民幸福安康是推动高质量发展的目标,实现这一目标,城市管理者就不能在办公室当“门诊干部”,坐等群众上门反映问题;而应重心下移,把满足人民对美好生活的向往作为数字政府建设的出发点和落脚点,

打造泛在可及、智慧便捷、公平普惠的数字化服务体系。通过绘好便民地图,让部门从“坐门问诊”为“主动寻诊”,让群众“四处找门”变为自己“按图索骥”,进而形成“矛盾不上交、平安不出事、服务不缺位”的新时代“枫桥经验”,不断提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

需要指出的是,要把好事办好、实事办实,便民地图还要及时更新,将最新的服务信息通过数字化的手段录入,将图上存在的服务盲点变为治理亮点,让地图更好地发挥出效用。对此,各地要从注重效率的功能导向和注重空间外观的形态导向,转向更贴近居民日常生活需要的民生导向,以调查研究解决市民需求,从被动办理转向主动治理。

以城市大脑驱动未来城市,善用城市治理数据资源池,并引导更多市民参与到治理实践中来,期待更多的便民地图更好对接群众诉求、服务百姓生活。

“积分兑换”藏陷阱

“您有XX积分未使用,到期将失效,请立即登录积分商城兑换商品……”近来,很多人都曾收到类似短信。

不过,这些看起来颇有诱惑力的优惠,实际上很可能是消费陷阱。

中新社发 朱慧卿作



微言微语

“买来的满意”岂是真民意

背景:

据媒体报道,日前,山东省邹平市焦桥镇孙庄村一干部在微信群中通知村民,接到满意度调查电话后,立即接听并回答非常满意的,凭借通话记录截图和通话录音,可以领取200元左右的奖品。对此,焦桥镇发布情况通报称,已责令该村立即整改,对相关责任人通报批评。

②欧文桦:尽心尽力做好服务工作,就能受到群众发自心窝子的认可,何必临到紧要关头用奖品利诱群众来应付满意度调查呢?这种掩耳盗铃式的行为反

而在一定程度上暴露了其日常工作中存在各种问题,从而需要用“买来的满意”为自己装点门面、充充样子。群众的眼睛是雪亮的,工作干得好不好、令不令人满意,村民心中都有杆秤。

③连海平:上级开展基本公共服务满意度调查,不是来享受“掌声”的,而是来倾听“呼声”甚至是“骂声”的,为的是知民情、解民忧、暖民心。当调查过程被粗暴干扰、调查结果被人为掺假,依据这种调查结果作出的公共决策,其科学性、合理性可想而知。由显及隐,其危害远不止于此,基层花钱引导群众弄虚作假,群

众怎么看、怎么想?

④朱浙萍:这种“花钱买满意”、强行为“好评”的行为,是一种民意绑架,很容易招致群众反感。就算调查结果表面上变得“好看”了,也会让自身形象在群众心中变得“难看”。群众满意度和好口碑从来不是花钱能买来、强制要求能得来的,靠的是实事求是、真抓实干。只有真正深入基层、走进群众,把功夫下在日常,把平时的工作做实做好做到位,并通过各种形式的反馈,进一步找准工作聚焦,提高服务群众的能力和水平,才能真正让群众满意。