



上海韵达货运被立案调查 补牢不必等亡羊

3月19日,国家邮政局官网发布消息,韵达快递部分加盟企业对协议客户安全管理存在重大漏洞,导致涉诈骗宣传品进入寄递渠道,造成受害人重大财产损失。上海韵达货运有限公司对其加盟商管理缺位,负有未按规定实行安全保障统一管理责任,国家邮政局依法对上海韵达货运有限公司进行立案调查。

极目新闻: 抓到了用户的痛点,大快人心

收到涉诈骗宣传品已经是司空见惯,这些涉诈骗宣传品是怎么投递出去的,又是怎么投寄到用户手上的?监管部门终于出手了,货运企业因涉诈骗宣传品进入寄递渠道被立案调查,可谓是抓到了用户的痛点,大快人心。对此侵犯用户利益的事,就该严肃查处,重拳出击,还快递业以风清气正。

快递从业人员为诈骗分子提供便利,充当“帮凶”涉嫌违法。要知道,有一种犯罪叫“帮信罪”,其全称为帮助信息网络犯罪活动罪。根据刑法规定,该罪是指“明知他人利用信息网络实施犯罪,为其犯罪提供互联网接入、服务器托管、网络存储、通信传输等技术支持,或者提供广告推广、支付结算等帮助,情节严重的行为”。所以,快递从业人员如果违反管理规定,提供涉诈投递服务,已触犯了“帮信罪”,是要付出代价的。

潮新闻: 企业须时刻绷紧安全管理这根弦

与一些高端快递公司采取的直营模式不同,韵达大部分网点为加盟商,总部对加盟商的控制力较弱,导致管理标准难以统一。这种“放养”模式下,加盟商为争夺市场份额,不惜降低审核门槛。例如,协议客户寄件时,往往只需一次性备案,后续包裹无需逐件查验。诈骗团伙正是钻了这个空子,伪装成协议客户,将诈骗品批量寄出。

此次韵达快递被立案调查,提醒所有快递企业,必须时刻绷紧安全管理这根弦,失去安全,就失去了信任,发展速度再快都没有意义。所以要切实履行好企业的社会责任,确保消费者的财产安全和合法权益不受侵害,别让快递这个本应带来便利的行业,因为一时的疏忽,沦为诈骗分子的“工具”。

新民晚报: 快递反诈不能止于“亡羊补牢”

斩断寄生链,需多方协同发力。快递企业须扛起主体责任,严格执行“三项制度”,对批量卡片类包裹实施100%开箱核验,重点筛查虚假宣传内容及非法链接。电商平台应构建反诈联盟,通过技术手段识别异常包裹,建立“品牌合作白名单”,从源头阻断伪冒品流通。监管部门需强化“行刑衔接”,对违规寄递企业实施顶格处罚,并推动建立跨平台诈骗信息共享库。

消费者对非本人购买的快递要“零接触”,对“客服”转账要求一律通过官方渠道二次核实,警惕“充值返利”等话术陷阱。遭遇诈骗时,应留存快递面单、聊天记录等证据,通过“国家反诈中心APP”一键举报。快递反诈不能止于“亡羊补牢”。唯有构建全链条防控体系,将安全防线从末端追责前移至源头预防,方能让快递真正回归“安全信使”的本位,守护好消费者的“钱袋子”。

“共享奶奶” 让老有所为也让幼有所托



瞭望塔

□据澎湃新闻

奶奶也能“共享”了?没错!在浙江台州市路桥区路北街道洋洪社区,当职场爸妈苦恼于下班时间与放学时间之间冲突时,一群“共享奶奶”开启硬核应援,准时在校门口等候“神兽出笼”。据浙江在线报道,这支由社区组建的“共享奶奶”志愿队伍,召集了8名有时间、有爱心的退休女性,为双职工家庭提供儿童托管、日常接送服务。“共享奶奶”们每天以轮班制的形式接送孩子,风雨无阻,目前已惠及社区双职工家庭36户。

除了台州,宁波、重庆、成都、鄂尔多斯不少小区也有“共享奶奶”的身影。网友纷纷留言,这样的“奶奶”,建议全国推广。

“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”,这一刻,中国式温暖具

象化了。在乡土中国时代,育儿从来不是一家一户的“独角戏”,邻里间互帮互助,孩子们学在一起玩在一起,孩子接触质朴的人际环境,也更容易学会合作、共情。而在钢筋水泥的城市环境,社区内、邻里间的联系却淡了许多。

一面是社区的很多退休老人有时间、有爱心,一面是双职工家庭的孩子接送难题,“共享奶奶”的出现,不只是跨越血缘的陪伴,更是连接人心的情感纽带。

家长下班时间与子女放学时间不一致造成的“接送难”,是长期困扰双职工家庭的问题,各地也推行了不同类型的校内课后延时服务、“托管班”,但不可否认,仍然有很多家庭会为孩子每天的接送犯愁。“共享奶奶”的及时出现,让爱心在社区传递,也为双职工家庭彻底解决了后顾之忧。

可以说,“共享奶奶”志愿服务,兼顾了“老有所为”和“幼有所托”,一头连好“夕阳”,一头顾好“朝阳”,实现了缓解课后服务难题,促进小区文明、社会和谐的多赢。

视频画面中,“共享奶奶”的笑

意都快溢出屏幕,手里牵着的娃娃奶声奶气地说:“我要保护奶奶!”这份幸福和陪伴带来的情绪价值,无疑是她们坚持的动力。从现实来看,让更多老人参与力所能及的社区服务,找到归属感和认同感,不仅要靠奶奶们的热心肠,更要靠温暖人心的制度构建。

近年来,国家强调建设生育友好型社会,开展银龄行动,促进老有所为、老有所乐。未来,应当拓展到全龄友好型社会的建设上来,实现良性循环,用更多“共享”的情感互助、行动互助,打破陌生人社会的坚冰,也为基层治理、社区共建助力。

开展居民身边的志愿服务,居委、社区的组织协调很关键。不妨借鉴“时间银行”“义工服务”等相对成熟的机制,不断探索和丰富社区志愿服务的形式:可以有接送孩子的“共享奶奶”,可以有心理疏导、矛盾化解的“共享老娘舅”,还可以有体育健身的“共享哥哥”等。

其实,“共享奶奶”只是一个符号,一个开始,社会真正呼唤共享的,是一种制度化运行、人人可以参与、人人乐于参与的社区公益机制。

热点 话题

遏制误导宣传以及商标不规范使用等问题,需要有关部门强化监管,严格执行相关规定

“千禾0”未必零添加 对文字游戏必须“零容忍”

据极目新闻报道,近日,一款“千禾0”酱油中检测出镉,引发关注。有网友表示,“千禾0”只是一个商标,并不意味着“零添加”。记者就此进行了求证,发现这真的就是一个商标名。千禾味业食品股份有限公司客服人员称:“‘千禾0’确实是我们的注册商标。”至于“千禾0”是不是意味着零添加?客服人员没有正面回应。

以“千禾0”作为商标,实在“妙”。在产品包装上,该企业有意将“0”居中、放大,不管下方有没有特别标注“零添加”,很多人都会默认这个“0”就是“零添加”的意思。尽管商标本身不违法,但在实际使用时易让消费者产生概念混淆,企业主观上存在故意误导宣传的嫌疑。事出反常必有妖,由“常见食品原料生产”出的酱油,被检测出有毒元素,是不是真“零添加”也得打上一个问号。

事实上,商标争议背后是消费者与商家对“零添加”定义的认知差——消费者认为“零添加”意味着“自然、无公害”,不含食品添加剂,但行业内并没有统一定义,更多将“零添加”当作一种炒作噱头。

不含某种添加剂,不等于不含其他添加剂。2020年7月,国家市场监督管理总局发布的《食品标识监督管理办法(征求意见稿)》明确规定,食品标识不得标注以下内



相关瓶身的标识

容:对于食品中不含有或者未使用的物质,以“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样强调不含有或者未使用的。但生活中,“零添加”商品比比皆是。有的不含防腐剂、有的代表零脂零卡、有的是零糖零盐,但商家都打着“零添加”旗号营销,误导了顾客,掩盖了真相。名不符实,俨然一场文字游戏。

缺位的“零容忍”是“零添加”泛滥的另一成因。遏制误导宣传以及商标不规范使用等问题,需要

有关部门强化监管,严格执行相关规定。尽管食品加工行业很难做到真正的零添加,因为一些食品添加剂是必不可少的,但应该知道,消费者反感的是添加剂滥用、信息标注不明,以及弄虚作假、敷衍推诿等一切危害食品安全的行为。对这些,真正应该“零容忍”。

希望涉事企业能正面回应质疑,更正有争议的商标,整改有问题的产品。食品安全,方方面面都应没有“盲点”。评论员 韩静

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghhpl@163.com