



媒体聚焦

羊城晚报：
“如需空调扫码3元”：
网约车“空调费”谁来承担

据央广网报道，近日，江西南昌一网友称，自己乘坐网约车时被司机加收3元空调费，并称之为“自愿消费”。此事在网上引发热议。

近期，国内多数城市开启高温炙烤模式，使用空调几乎成为一种刚需。在这种背景下审视“如需空调扫码3元”，就会发现狡猾的意味，即网约车司机表面上称是“自愿消费”，实际上消费者是“被自愿”。因为若不扫码3元使用空调，消费者只能在闷热难耐的环境中乘车，轻则影响舒适度，重则影响健康。虽然一些网约车平台向司机发放总额高达数亿元的高温补贴，推动行业共担夏日出车成本，减轻司机成本负担，但据司机透露，平台高温补贴只在中午12点到下午2点之间发放，而且每单补助还不到1块钱。这显然很难有效降低司机空调使用成本，平台能否延长补贴时间和每单补助额度，值得思考。

北京青年报：
让无理由退货
以自愿承诺落地实体消费

近日，《北京市线下无理由退货承诺指引（试行）》正式发布。《指引》明确实体店可自愿承诺无理由退货但需履约，不得虚假承诺，消费者退货需保证商品完好且不得恶意退货，为优化消费环境、维护消费者权益提供指导。

自从新版《消费者权益保护法》设置“七天无理由退货”制度以来，无理由退货在电商领域已成标配，不少习惯于在实体店购物的消费者也迫切希望享受无理由退货待遇。然而，一些实体店把商品离柜即如“泼出去的水”。在此情况下，《指引》应运而生，明确要求实体店自愿承诺无理由退货，这对于消费者而言可谓“及时雨”。消费是经济增长的“压舱石”“稳定器”，一头连着宏观经济大盘，一头连着群众美好生活。在网络消费还不能完全取代实体消费的背景下，引导实体店自愿承诺无理由退货，是对消费者现实需求的精准回应，也是实体商业提升竞争力的必然路径。

新京报：
一组短信能赚30元
莫让孩子成电诈帮凶

当15岁的张同学按下短信发送键时，或许从未想到，每发送一组（20条）能赚30元的“兼职”，会导致多人坠入骗局深渊，更未意识到自己已涉嫌违法犯罪。据报道，近日，北京多名中小學生被诱骗成为电诈“帮凶”的案例引发广泛关注。

电诈分子将“黑手”伸向未成年人，让涉世未深的孩子为其引流作案，性质极其恶劣，也凸显了未成年人自身法律意识的淡薄和相应网络安全教育的不足。相似的剧情在不同地域上演，警示我们必须为未成年人构建起全方位的防护体系。学校应将反诈教育纳入实践课程，增强学生风险意识；家长需关注孩子的社交动态和资金往来，及时发现异常行为；平台则要强化对未成年人账号的监测，对批量发送相似信息的账号启动预警机制等。每一个环节多上点心，社会对未成年人的防护就能更严密一些。

外卖平台“0元购”
内卷没有赢家

瞭望塔

□据《南方都市报》

连续两个周末，几大外卖平台发放巨额优惠券，引发用户疯狂下单，系统崩溃、商家崩溃、骑手崩溃的“三崩”现象接连上演。看似热闹的“外卖大战”，实则暴露了互联网平台行业深陷内卷化的残酷现实。

众所周知，我国正大力推进全国统一大市场建设，近期从上到下，都在聚焦“反内卷”。互联网外卖平台选择此刻“顶风作案”并无多少现实意义。因为一旦价格战开打，就是典型的“囚徒困境”，其本质是双方都试图通过短期让利抢占市场份额，并企图“卷死”对方后再提价。这种短期行为的结果是参与商家不挣钱，整个行业被迫跟随降价，很可能陷入“降价—亏损—再降价”的陷阱。

历史早已经证明，企业单纯依靠价格战无法建立可持续的竞争优势，互联网外卖平台也不会例外。或主动或被裹挟参与进来的商家，在这场内卷中成为首当其冲的牺牲品。一小时300单的“盛况”背后，是奶茶店员工边做边哭、数十杯奶茶被浪费的现实。当订单量远超商家承受能力时，服务质量必然下降——配送延迟、系统崩溃等问题接踵而至。并且，短期爆单可能扭曲商家的经营决策，为应对可能的“爆单”而过度备货，结果平时却门可罗雀；为维持低价而压缩品质，最终失去回头客。内卷化的竞争让商家失去了定价权和可持续发展能力，只能在平台规则下疲于奔命。

抛开奶茶喝多了是否有损健康的问题，大部分客户因等待时间过久而无法下单，唯有小部分消费者获得了实惠，但只靠这部分客户，显然什么行业也发展不起来。大部分消费者并没有真的从价格战中获益。当“0元购”成为常态，谁还会为品质和服务买单？

至于参与配送的外卖小哥多挣

的那部分收入，是以更高强度的劳动和交通违章（比如逆行、闯红灯）为代价得来的，骑手面临的健康风险与安全风险大增。骑手需要的是更合理的薪酬体系和劳动保障，而不是短暂的昙花一现的日入数百。内卷消耗了大量资源却未能创造新的价值，本质上是一种零和游戏，整个外部效应实为负值。

互联网平台内卷的真实意图，也许高盛的分析一针见血：外卖大战的真实目标是获取流量入口，而非外卖业务本身盈利。但就事论事，要打破内卷魔咒，需要建立新的竞争维度。对互联网平台而言，与其补贴换流量，不如投资冷链物流、食品安全、智能调度等，修炼真功夫；对商家而言，与其被动接单，不如深耕产品差异化。更重要的是，整个行业需要从“流量思维”转向“价值思维”——通过提升效率、优化体验、创新模式来创造真实价值，而非简单粗暴地“卷”价格、“卷”速度、“卷”数量。内卷没有赢家，创新才有未来。毕竟，商业的终极目标不是打败对手，而是创造价值。

热点话题

让公共服务的温度与善意，不辜负每一位真诚付出的服务者

环卫工人翻8吨垃圾找手表
该有的奖励不能丢

让环卫工人翻8吨垃圾找一块儿童手表，究竟值不值得？

近日，山西大同。卢女士孩子的手表因不慎放入高铁的纸质垃圾袋中，被当作垃圾处理。在拨打了市政服务热线后，大同市相关单位的环卫工人在高温下寻找4个小时，在翻找了8吨垃圾后，终于找到了手表。事后，卢女士曾发红包感谢两位环卫工人，但被婉拒。

报道一经发出就引发热议，网友质疑“浪费人力、不体恤工人”。

对此，大同市城管局的工作人员回应称，不能说值不值，只要老百姓有需求，我们肯定去做。

站在事件的起点，失主心急求助、相关部门积极找寻，都无可指摘。这也正是城市温度的体现，民生无小事，个人的“小麻烦”值得被公共服务的“大系统”认真对待。

然而，在暖心叙事的背后，争议不容忽视。以往，让环卫工人劳师动众找寻的，多是贵重物品。为价值几百元的儿童手表，就如此耗费公共资源真的合理吗？高温下徒手翻找垃圾4个多小时，是否缺乏对基层劳动工作



上观新闻 图

者的体恤与共情？

忍脏忍臭忍高温，两名环卫工人的辛苦不是几句“漂亮话”就能简单带过的。令人寒心的是，对两名环卫工人的防护措施和补贴奖励，在回应中只字未提。这件事，落脚点变成了劳动者权益缺失的问题。

网友那些“不值得”的质疑，归根结底是在追问，为什么对环卫工人没有补偿？为什么淡化他们的苦劳？都是普通老百姓，谁来心疼他们？言外之意，谁又来

呵护底层打工人？

莫让暖心变寒心，希望相关部门对环卫工人给予表彰和激励回馈。以完善的制度，给到劳动者真金白银的回报，如此，才能让公共服务的温度与善意，不辜负每一位真诚付出的服务者。

事有轻重缓急，公共服务需要更科学的响应制度。而那些在垃圾堆中弯腰流汗的身影，也需要最有力的撑腰，最大声量的鼓励。 评论员 韩静