

新闻深1°

呼唤更平等、包容、真诚的消费环境 “3·15”女报街头采访

天天观点

规范家庭托育服务 须做好“精细文章”

□ 侯文雅

近日,国家卫生健康委人口家庭司就《家庭托育点管理办法(试行)(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)公开征求意见。其中提到,家庭托育点是指利用住宅,为3岁以下婴幼儿提供全日托、半日托、计时托、临时托等托育服务的场所,且收托人数不应超过5人。这让家庭托育有望更加有章可循,有助于促进托育服务能力提升和均衡发展,加快形成多元化、多样化、覆盖城乡的婴幼儿托育服务体系。

通过发展家庭托育来保障“幼有所育”,不仅是构建普惠多元托育公共服务体系的重要阶段性任务,也是我国发展婴幼儿照护的制度目标之一。家庭托育作为一种新型的小规模托育服务形式,凭借师幼配比高、收托时间灵活、送托距离近等诸多便利条件,逐渐受到家长们的青睐。但由于缺少对家庭托育点的管理规范与措施,致使家庭托育点成为无备案、无审批、无资质的三无机构,既影响了家长对家庭托育服务的信任,也对从业者的信心有所打击,在此背景下出台的《征求意见稿》让家庭托育不再处于灰色地带,给家庭托育行业打了一剂强心针,也让从业者有了更多信心。

《征求意见稿》制定的管理细则明确了卫生健康、市场监管、民政等多部门对家庭托育点的指导、监督和管理责任,细化了家庭托育点在登记备案、看护职责、照护人员资质、空间环境、安防监控等多方面的要求,可以说进行了全过程考虑,做了“精细文章”,令家庭托育从业者“卡脖子”的难题得以迎刃而解。

此外,为了促进家庭托育高质量健康发展,必须提高照护人员准入门槛,加强岗前及在岗培训力度、丰富培训内容,以保障其服务质量;加强对家庭托育点托育质量的管理,以社区为单位形成管理网格,由专人统一负责并定期进行质量评估与检测;卫生健康部门应联合公安、消防、公共医疗等单位组建区域性托育服务体系,全方位保障托育安全与质量。

《征求意见稿》只是规范家庭托育点的第一步,期待未来家庭托育能够早日步入正轨,化解婴幼儿托育难题,减轻家庭托育负担,加快推进托育服务体系的建设步伐,提升生育支持政策的普惠性。

新闻壹段评

厂房设儿童区 生育友好更可生产友好

福建省泉州市一家服装厂,在生产车间专门隔开一个区域用作儿童娱乐,引网友点赞。近日,服装厂工作人员回应称,该厂此举是为了员工能够安心工作。当地劳动部门则表示,该行为值得鼓励。

如果说“妈妈班”“妈妈岗”通过弹性、灵活的工作方式实现上班带娃“两不误”的话,“厂区内设儿童游乐区”并曲同工。当后顾之忧得到解决,父母们全身心投入工作,孩子们有人照看和陪伴,显然是多赢之助。对企业来讲,“厂区内设儿童游乐区”不仅有助于“留人”,也有助于激励员工认真工作。对于员工来讲,“厂区内设儿童游乐区”不仅能够让自己安心、放心,也减轻了养育孩子的成本和负担。生育友好也可助推生产友好。

皮筋卖出螃蟹价 该给螃蟹松绑了

近日,有媒体报道,在福州、厦门等地的农贸市场发现,市场里售卖的螃蟹大多绑了粗大厚重的红皮筋,有的皮筋竟和粽子蟹壳一样重,并且都是按110元每斤的价格出售。其中,在厦门市八市海鲜市场内,有3家水产摊位的螃蟹去除捆绑的绳重占螃蟹自重比分别为7%、9%和14%。目前,涉嫌违法经营的商家已被立案调查。

螃蟹等水产品过度包装的现象存在已久,消费者深受其害,福建省、浙江省的多个城市已出台相关文件整治“过度捆绑螃蟹”的行为,规定捆扎绳的重量控制在水产品自重5%的合理范围内。经营者使用粗绳捆绑螃蟹出售的行为,或是出售海鲜使用加厚黑袋子、给海鲜掺水故意缺斤少两等,都是侵犯消费者权益的违法行为。期望市场监管部门能依法维护消费者权益,拿出有效的打击办法治理类似螃蟹捆绑、海鲜掺水的违法行为,让螃蟹可以松绑,让海鲜能够真正地离岸称。

游船为天鹅“让路” 体现和谐共生美景

3月12日傍晚,一艘艘快艇牵引着一长串游船,在颐和园昆明湖的开阔水面上划过。历经一冬的休整,颐和园200多条小游船从“大库房”船坞里相继被牵引出来,送至三个游船码头,即将开展检修维护。据了解,此次游船“下水”,时间上不仅较往年推迟了一周,还从白天改到傍晚,为的是给天鹅“让路”。

颐和园游船为天鹅“让路”的温情一幕,展现了一幅美美与共、人与自然和谐共生的美丽图画。动物是人类的朋友,人类与动物需要和谐共生,这就要求我们在建设工程的时候,在建设基础设施的时候,在进行各种施工的时候,充分考虑动物们的需求,给它们的生存让出空间,让出道路,让出栖息之地。环境保护,自然和谐,才是新时代最美的风景。

刘天红 整理点评

买的是裙子,收到的却是“围裙”,刚在美发店办了卡,店就倒闭……

别让“女性消费”变成“消费女性”

□ 中国妇女报全媒体记者

在刚刚过去的“三八”国际妇女节,京东、天猫等购物网站发布的年度女性消费报告显示,近年来,女性用户数不断上升,女性用户购买力展现出新的高峰。

那么,在女性购买力不断提升的今天,女性日常的消费感受如何?她们都有哪些“踩坑”的经历和困扰?时值“3·15”国际消费者权益保护日,中国妇女报全媒体记者走上北京街头和购物商场,倾听女性消费者的心声。

线上线下,消费方式与体验更多元

在朝阳大悦城逛街的卫女士,正在为自己购买新衣服,为重返职场做准备。她表示自己在休产假,所以更倾向线上消费,在挑选婴儿用品时,从婴儿车到遛娃神器,她都喜欢从小红书的推送里寻找购物灵感,发现一件好物后,她往往会先做“调研”,从产品信息到买家评价,一一进行研究,最后进行购买,对于这种在网上细致做功课的消费体验,她表示,“目前看来还是比较满意的。”

据国家统计局最新数据显示,2022年全国网络零售额达13.79万亿元,同比增长4%。多数受访女性表示,线上购物是她们首选的消费方式。与此同时,线上购物的渠道近年来也逐渐多元化。在昌平区悦荟购物中心逛街的李女士说:“前几年,网购主要是通过京东、淘宝,现在平台更多了,比如博主直播间、抖音等短视频平台、微店等平时都可能用到。”

当然,也有受访者表示,线上购物更容易导致冲动消费,正在海淀区上地华联商场吃饭的小杨笑着说:“我冲动消费主要就是网购,一些价格不高的小东西,很容易脑袋一热就买下来。”

此外,由于网购无法直接看到实物,一些女性消费者表示,她们逐渐开始“回归”线下,选择“看得见,摸得着”的实体店购买。今年50多岁的陈女士正在海淀区某超市购物,她觉得,网购收到的衣服面料有时候与卖家描述不符。“就算



来源:新华网

能退货,自己还得出邮费。特别便宜的小物件就不值得退货了,也挺浪费,所以我现在更喜欢到实体店购物。”陈女士说。

在合生汇购物的王女士也发现,与实体店同款的产品在网店买,质量和尺码会有差别,她反映,“据说实体店和网店的衣服不是来自同一厂家,我遇到过在线下试过的衣服,在网上买同款,结果到手就变小了。”

健身、美容美发、培训班……女性常遭遇的消费陷阱与套路

买的是裙子,寄来的却是“围裙”;刚在理发店办了卡,店就倒闭;培训班突然关闭,申诉无门……享受消费的快乐之余,受访女性也向记者“吐槽”了消费时踩的“坑”。其中,以女性为主要消费目标的健身美容、教育培训等成为女性消费的高频“痛点”,部分商家故意夸大产品效果、虚构产品信息,甚至制造容貌、身材和育

儿焦虑,以此吸引女性消费者购买产品和服务。

在合生汇买衣服的田女士发现,女装的尺码越做越小了。“我最近买了一条特别好看的长裙,我一般情况下都是穿S码,结果那条裙子到了发现我根本拉不上拉链,裙子的腰围真的只有所谓的A4腰才能穿,我只好把裙子退掉了。”田女士认为,“现在很多女装的尺码在悄悄变小,其实是在无形中贩卖身材焦虑。”

此外,线下的美容、美发、健身等消费场所也颇多“雷区”。在双井富力城购物的张女士今年25岁,一直很喜欢运动健身,但却在健身房遭遇了不愉快的消费体验。“一年前我在一家健身房办了卡,但训练的时候教练却对我有语言和肢体上的冒犯,我向健身房提出退卡的申诉,但退卡过程特别漫长,困难重重,体验很不好。”

陈女士曾经办过理发卡,没用完店铺就倒闭了,她无奈地说:“现在我就是挑那种在一个地方开了很多年、比较有信誉的老店,

从“春蕾女童”到团队骨干的梁慧芳

花开满城,在人生舞台绽放光芒

春蕾花开

□ 中国妇女报全媒体见习记者 景韵润

18岁那年,因家庭变故导致求学受阻的梁慧芳,偶然间与“春蕾计划”相遇,她形容,“春蕾计划”就像一场及时雨,冲刷走了她眼前的阴霾,让前行的路重新变得明朗起来。“这份来自‘陌生人’的善意带给我的不仅是物质上的帮助,更是心灵上的慰藉,让我觉得,身处困境中的自己并不是孤立无援。”梁慧芳感慨道。

沐浴着爱的阳光,梁慧芳步步成长。如今,已圆梦校园、步入职场的她,在兢兢业业做好本职工作的同时,也接过了爱的接力棒。她积极参与公益活动 and 各类志愿服务,努力将温暖和感动传递给更多人,让“春蕾”的芬芳浸润每个角落。

和美家庭里成长的懂事女孩

1991年8月,梁慧芳出生在河南省濮阳市新习镇的一个农民家庭,她回忆,小时候,外出打工潮还没兴起,父母整日面朝黄土背朝天,全家就靠着一亩三分地的收成解决基本温饱,家庭生活十分拮据。“那时候,我印象最深的就是每逢下雨天,总是外面下大雨,家里下小雨,爸妈就用家里的大盆放在漏水处下方接水,全家就伴着雨水的滴答声入眠。”梁慧芳回忆。

在当时,对于仍处于追求温饱阶段的不农村家庭来说,学费是一笔不小的开支。“但对于读书这件事,我爸妈是十分支持的,甚至节衣缩食地给我攒学费,特别是我爸,他是一名退伍军人,也是一名共产党员,他一直叮嘱我要好好上学,多学知识,增长见识,将来做一个对社会有用的人。”

父母的支持给了梁慧芳踏实的后援,小学毕业后,她考到了当时镇里最好的初中。为了不额外增加父母的负担,每周上学时,懂事的她都会用自行车拉着小麦等粮食,去学校换取当周的饭票,用饭票换取的馒头就着咸菜便成了她每日三餐的标配。



梁慧芳说,她在内心不断激励自己:“天生我才必有用。”“天将降大任于斯人,必先苦其心志!”她告诉自己一定要好好学习,这样才能改变自己的命运,回馈父母和家乡。

“春蕾计划”是照亮前路的一道光

幼时,梁慧芳的家境虽不富裕,但在父母的悉心抚育下,勤奋努力的她求学之路还算顺利。但大一时家中的一场变故变故给她的求学路更添了一些被动。

2009年,梁慧芳以超出河南省一本线20分的成绩考入了大连大学,彼时,成绩优异的她也申请到了国家助学贷款,靠着勤工俭学的兼职收入,她的学费、生活费基本得到覆盖。

就在她准备好感受理想学府的学习和生活氛围时,母亲在外做工时不小心弄断了手指亟须手术的消息驱散她的喜悦。两万多的手术和住院费对于本就困难的梁家无疑是一笔巨大的开支,这也让梁慧芳陷入了深深的无助。

“家里新增了两万多元的外债,当时,我的手里只有勤工俭学赚的1000多元,又在读书,想帮忙也无力为。”

一次偶然的机会梁慧芳了解到了“春蕾计

或者连锁的品牌店铺,才敢办卡充值。”

此外,与孩子相关的教育消费也成为许多已为人母的女性最常掉入的“坑”。上地华联商场内的一名消费者吴女士告诉记者,之前给孩子报的两门课外班,学费加起来差不多3万多元。因为某些原因,培训班突然关闭,也没有给家长们任何说法,“希望监管部门能把这类事情调查清楚,给家长们一个交代。”

抵制消费女性,期待更平等、包容、真诚的消费环境

女性消费力日益提升,但消费女性、打擦边球广告的恶俗营销却屡禁不止。今年“三八”国际妇女节,一些品牌恶俗节日营销“翻车”后公开致歉。

受访女性纷纷表示,这类恶俗广告是她们最讨厌的营销手段。“每次看到这类广告都特别气愤和不适。”李女士说,“这完全是不尊重女性、消费女性的行为。现在男女平等观念已深入人心,商家营销也应该守住基本底线,不应把消费女性当作噱头。”

石女士也表示,“这种刻意误导、打擦边球的行为伤害了消费者对商家的信任。希望企业能正视问题,诚恳地向公众道歉并承担相应责任。”

采访中,很多女性也表达了对女性消费市场未来发展的期待:

“希望能够多一点真诚,少一点套路。期待商家的优惠促销更简单、更实打实一些。”

“期待女性消费市场能够更多元化,更包容一点,不要无止境贩卖焦虑。”

“希望相关部门设置一堵‘防火墙’,杜绝不尊重女性的恶俗广告,让消费环境更清朗。”

……

期待更加平等、包容、真诚的消费环境,是女性消费者共同的心愿。

(统稿:范语晨 参与采访:杨娜 高亚菲 景韵润 高越 范语晨)



扫一扫 看视频

最高法发布十件网络消费典型案例,涉未成年人网络充值等

中国妇女报全媒体记者王春霞 发自北京 “3·15”国际消费者权益日,最高人民法院召开新闻发布会,发布十件网络消费典型案例。

最高人民法院副院长贺小荣介绍,当前,随着我国数字经济的蓬勃发展,网络消费已经成为社会大众的基本消费方式之一。网络消费纠纷案件也随之增长,近五年,全国各级人民法院共审结一审网络购物合同纠纷案件9.9万件、网络服务合同纠纷案件2.3万件。以网络购物合同纠纷案件为例,2018年一审审结1.2万件,2022年一审审结3.2万件,案件数量增长近两倍。除这两类案件以外,还有大量涉及产品责任、租赁合同、旅游合同等网络消费的案件。

此次发布的十个网络消费典型案例涉及负面内容压制合同效力、消费者个人信息保护、未成年人网络充值、在线旅游预订服务、限时免单促销、二手商品交易、在线租赁、平台经营者责任、网络食品安全、格式条款效力等问题。

贺小荣介绍,这十个案例主要有三个方面特点,即持续优化网络消费环境,不断加大消费者权益保护力度;引导电商主体规范经营,促进数字经济持续健康发展;明确权利行使边界和责任范围,进一步发挥司法裁判引领作用。

据介绍,当前,未成年人网络打赏、网络充值行为时有发生。某某某诉某数码科技有限公司网络买卖合同纠纷一案,认定未成年人超出其年龄、智力程度进行网络游戏充值的,监护人可依法追回充值款,切实维护未成年人合法权益,为未成年人健康成长营造良好的网络空间和法治环境。某文化传播公司诉某信息技术公司网络服务合同纠纷一案,认定通过算法技术等手段不正当干预搜索结果排名,以实现正面前置、负面后置的“负面内容压制”合同条款无效,切实维护消费者知情权和网络空间公共秩序。张某与吴某网络购物合同纠纷一案,剑指网络消费中的霸王条款现象,明确认定“交易完成,不支持售后维权”的格式条款无效。消费者通过在线旅游平台预订酒店服务,可能涉及中间商等多个环节,法律关系错综复杂。在熊某等诉某旅行社网络服务合同纠纷一案中,人民法院认定提供酒店预订服务方应当履行协助退订等合同附随义务,未履行义务的应当承担违约责任,维护了旅游消费者的合法权益。