

■每日观点

“双11”网购，买买买谨防被骗！

□石南

俗话说，买的没有卖的精，骗子如今更智能。买买买要谨防被骗，而被骗骗更需抓抓！

近几年来，无论是线上还是线下，“双11”已经成为购物的盛宴。随着“双11”的钟声即将响起，网络购物诈骗的“号角”也要吹起来了。昨天，记者从宁波市公安局了解了几种常见的网络购物陷阱，提醒那些“买买买”的市民，在购物车满满的同时，也要注意这些“异常情况”：

购买的商品未成功，需重新下单；交易没有成功，要把货款退给你；“砍价”等活动多为微信诈骗。（11月8日《现代金报》）

又逢“双11”，购物佳节到。这几天，网上网下，纸媒电媒，各种打折促销的商家广告铺天盖地，血拼得有点血腥，很多消费者也攒足了力气与金钱，心痒得摩拳擦掌。但是，反思往年的问题，细观眼前的套路，真心提醒大家，购物要理性，别冲动，买买买必须谨防被骗！

始于2009年的“双11”称得上是一次改变销售模式历史的革命性创意，那时，阿里巴巴刚刚推出淘宝商城，网络购物占全社会消费品零售总额比重不到2%，

而网购用户刚刚突破1亿，这个节日被直接喊为“光棍节”，得到了年轻人的拥趸。经过五六年后的发展，“光棍节”成为了互联网冲击传统零售业的狂欢，正是在一次又一次的记录突破和舆论轰炸中，消费者的网购热情被激活，体验得以积累，而百万商家也在试水中打开了通往互联网的天窗。到今天，中国已成为全球网购最为活跃的标杆市场。

然而，“双11”这样一块巨大的蛋糕，在吸引全民甚至全球参与的同时，不可能不对无孔不入嗅觉敏锐的骗子产生诱惑力，而且无数已经和正在发生的事例证明，正有许多骗子挖空心思，从中搅局，设置陷阱。比如“0

元购手机”、“砍价购手机”这类在微信上经常看见的砍价促销活动，基本沦为一种新的网络购物诈骗。

这是半月前刚刚曝出的一条新闻：90后女孩小翁参加了福州易行数码科技公司发出的苹果6微信砍价活动，通过大量微信转发，最后以4300元左右砍得一部苹果6手机。一个星期后，苹果手机如约而至。尝到甜头后，小翁便把这个微信砍价的消息告诉了更多亲朋好友，“因为我有微信支付方便，所以有些亲戚朋友砍价成功后便让我先帮忙垫付，我就先付了。”小翁说，后来她一共付了18部手机的钱，可是没想到一部手机都没收到，自己准

备嫁妆的近8万元全都放进去了。据悉，和小翁有同样遭遇的还有200来人！

鉴此，中消协6日就发出四条预警，要求消费者提前计划，切勿冲动购物；明察秋毫，了解购物说明；确认商品，保留相关证据；规避风险，谨防钓鱼网站。从心底绷紧防骗这根弦。当然，仅仅要求消费者被动防骗还不够，更需警方对消费者网购保驾护航，对不法分子露头就打，源头清剿，不能让骗子肆无忌惮，祸国殃民！

俗话说，买的没有卖的精，骗子如今更智能。买买买要谨防被骗，而被骗骗更需抓抓！

■每日图评

企业倒闭欠薪 员工权益要保证

11月2日，海天北小马厂华天大厦8层，“我爱洗车”员工站在大门紧锁的办公室外。这家互联网洗车公司运行10个月后宣布解散。解散当天，被欠薪的170多名员工中的30多名职员聚集在“我爱洗车”办公楼前讨薪，他们中的人未要回的工资从3000多元到7万多元不等，被欠薪员工的最高级别是财务总监。（11月9日《新京报》）

“我爱洗车”互联网低价洗车，难抵高昂运营成本，运行10个月后宣布解散倒闭，这见证市场经济是无情的，优胜劣汰。“我爱洗车”之所以经营不下去，原因是多方面的，或决策失误，

或用以钱续命的商业模式，最终倒在了自己用钱砸出的“金坑”中。对于因何种原因倒闭的，“我爱洗车”的创始人可以去总结经验教训，同行可从“我爱洗车”的倒闭中引以为戒，防止重蹈覆辙，找到适合自己的生存法门。

人们对“我爱洗车”的死去并不关心，激烈的市场竞争，生存与淘汰这是正常现象，生生死死是自然规律，物竞天择，优胜劣汰，适者生存。竞争是残酷无情的。但是一个企业无论是生存或者被市场淘汰，都要对自己的行为负责，要为自身的后果买单，企业倒闭了，员工的利益不



能随着倒闭而烟消云散，欠薪不能“洗洗睡”，而不管。

企业倒闭，员工不能为企业破产买单。欠薪应该偿还，员工利益应该有保证。有关部门应该尽快介入，按照破产法，对“我

爱洗车”公司依法进行清算，“我爱洗车”应该依法履行偿还应有的债务。劳动保障部门应该站出来依法为劳动者维权，督促“我爱洗车”做好善后工作。

□风铃

■网评锐语

食品“屡上黑榜”源于管理“断档”

鞠实：一个食品生产厂家在不到一年的时间内，有16批次产品被市食药监局通报批评，这样“屡上黑榜”的厂家不止一个。据不完全统计，2015年以来，福建知福生态农业发展有限公司的“知福”茶叶，有16批次产品被通报下架。毫无疑问，不合格食品“屡上黑榜”，其中有生产者和经营者见利忘义、无视法治的结果，但更重要的一个方面则是由于管理的“断档”。

禁止烟草捐赠 符合慈善本意

张枫逸：一部旨在发展慈善事业的《慈善法》，被多名专家呼吁禁止烟草捐赠。这看似矛盾，实则符合慈善的精神本意。禁止烟草捐赠，并非出于某种道德洁癖，而是最大限度避免烟草企业通过慈善促进烟草使用。在对烟草捐赠说不的同时，我们更乐见政府通过社会保障、社会福利等形式，对烟草企业收入进行二次分配。

■世象漫说



白开水8元一杯

据媒体报道，天津的段先生夫妇到长沙旅游，在一家餐厅吃饭时，被告知白开水8元一杯。无奈之下，夫妇俩花24元为3杯白开水买单。11月6日，长沙市发改委办公室相关人士在接受记者采访时表示，如果商家在提供商品和服务前，已经明码标价，并在消费前告知顾客，行为即为合理，“一个愿打一个愿挨。”（11月8日《新华网》）

□王铎

■有感而发

低温津贴，这个可以有

予必要的关怀和保护，增设低温津贴也显得非常有必要。

《劳动合同法》第十七条规定了劳动合同应具备“劳动保护、劳动条件和职业危害防护”等内容。这些条款无疑也涵盖了在低温环境下的劳动保护。而原劳动和社会保障部公布的《最低工资规定》第十二条规定，在劳动者提供正常劳动的情况下，用人单位应支付给劳动者的工资在剔除中班、夜班、高温、低温等特殊工作环境条件下的津贴后，不得低于当地最低工资标

准——可见，高温、低温等特殊工作环境条件下的津贴，并非没有明文规定，只不过是是没有具体的细则和惩戒的办法。

显然，按照法律规定，劳动者在低温天气下应该具有获得劳动安全保护的权利，这是保障劳动者健康权的体现。为了切实维护劳动者尤其是一些特殊岗位工作者的合法权益，不断完善劳动保护的立法体系，并制定各种详细的专门规定，显然是非常必要的。

□吴杭民

■长话短说

别拿“心愿众筹”来考验朋友情

“想练字，求众筹一支派克笔，是真爱的支持一下，1块不嫌少，100块钱不嫌多”、“要过生日了，想给自己买个生日礼物，希望得到大家支持”。朋友圈里，你收到过这样由朋友发起的“众筹帖”吗？有人认为不差那几块钱，还能收到对方回馈的小礼物，“还蛮有意思”。也有人表示很反感，“救急不救穷，不愿意为那些无厘头的爱好买单”、“不好意思不给，但给了觉得是感情被消费”。（11月8日《北京晨报》）

“心愿众筹”顾名思义，就是为了个人的某个愿望向大众筹资。然而，众筹不是捐款，支持者要设有相应的回报。在朋友圈发起众筹，回报不一定有，但一定会消费掉某种东西，那就是感情。

“心愿众筹”和如今流传的各种网络虚假募捐其实并没有本质区别，都是出卖感情和信任，来换取个人私欲的满足。细细想来，又和那些敢于把自己贫穷和孱弱表面化，而获得他人同情和施助的喜悦的“假乞丐”无异，都是不愿付出或少付出劳动，却让别人为你的目的有所付出。

朋友圈各种变味已不是新鲜事，但再加上如此“众筹”真的就让“朋友们”待不下去了，与其绞尽脑汁在“朋友圈”为自己的心愿众筹，有这个时间和闲情，不如去为一些有需要帮助的人“众筹”，比如发出这样的众筹愿望：谁愿意一起去做志愿者？谁愿意一起去社区为空巢老人送温暖？谁愿意一起去为孤儿院的孩子们送欢乐……这样的“众筹”似乎更能考验友情，看出是否是志同道合的真朋友之外，也更有意义，最起码，不会吓走朋友！

如今网络瞬息万变，但积淀下来的，恐怕还有那些不被过度消费感情的“君子之交”。朋友圈可以玩坏，但朋友情却经不起再三考验！

□吴左琼