

老人被隐性高墙拒之门外需要制度性破题

堂吉伟德

想办健身卡时被告知“不予接待”，租房时屡遭拒绝，想旅游被旅行团拒接或要求必须有家属陪同……65岁以上老年人常常在各种消费场景中遭到拒绝。一些商家不愿意服务65岁以上的老年群体，是因为对可能面临的风险顾虑颇多，担心老人出现突发状况，让自己担责。但因为年龄就拒绝服务或交易，不仅是“年龄歧视”，也不利于发展银发经济、激发消费市场活力。

随着社会日益老龄化，老年群体已成为消费市场的重要消费群体，有着极强的消费能力。数据显示，截至2023年末，全国65周岁及以上老年人口21676万人，占总人口的15.4%。截至目前，我国银发经济规模约为7万亿元，约占国内生产总值的6%，然而受年龄等因素的影响，老年人在消费市场上经常被“隐性高墙”拒之门外。

之所以如此，就在于老年群体属于健康和安全的低危人群，一旦发生意外，由此引发的一系列问题让不少商家有所顾忌。从表面上看，商家的做法涉嫌“年龄歧视”，但实质是市场

趋利避害的结果。市场交易固然讲求主体平等性，但也要考虑权利-义务、风险-收入的平衡，若不能消除供给方的后顾之忧，让他们轻装上阵，就很难从根本上改变现有的市场偏见和操作行为。正是这样不确定性的风险因素存在，导致市场主体在选择需求对象时，会侧重于对自己更有利的群体，拒绝或排斥其他群体。老年人在特定消费场景的风险系数太高，若没有相应的化解机制作为支撑，市场公平的原则就很难实现。

《老年人权益保障法》明确规定：老年人有参与社会发展的权利，禁止歧视老年人。消费市场上实行年龄限制，让老年人处于事实上的“无处消费”的境地，属于违法行为应当给予纠正。从道德上讲，老吾老，以及人之老。关心和善待老年人是全社会共同的责任，也是必须遵守的公序良俗。广大市场主体应该抛弃身份歧视，摒弃“以龄取人”的偏见，以更加开放、包容的心态接纳老年消费者。同时，这也需要老年消费者与市场双向奔赴，明确自身的责任边界，

处理好自己的风险化解渠道，如此才能形成同频共振。比如规范双方的合同，在意外发生后给予商家免责机制，并且有稳定的联系人员来妥善处理后续事宜，让商家免除惹祸上身的担忧。

不过从实际上看，仅有这些措施还远远不够。对于独居老人或身体有疾病的老人，没有更稳定、持久和开放的风险化解机制，老年人面临的“年龄歧视”就无法从根本上得到消除。对此，需要构建法律意义上的担保制度，在供需双方之间有第三方担保人作为风险化解者和矛盾调处者，更好破解当前的困境。可由政府部门、行业协会或者社会组织作为担保人，对老年人的消费行为进行担保，在发生意外风险时参与处置。若条件允许还可以效仿国外建立风险担保金制度，由政府机构或相应的第三方公司提供兜底保护，再加上司法部门的公平裁决，如此才能建立良好的市场信任，最终达到制度破题的效果。

来源：北京青年报



网络图片

据5月19日央视报道，最近，北京部分地铁站内的扶梯上出现了“小脚印”，地铁运营方表示，这些“小脚印”旨在提醒乘客不必“左行右立”，而是可以选择并排站立，并提醒乘客站稳扶好。

“左行右立”曾被视为城市文明的标志，在快节奏的城市生活中，市民在扶梯右侧站立，将左侧通道留给赶时间的乘客，以期提高通行效率，体现城市的包容与互助。这一习惯在许多城市广泛传播多年后，其带来的安全隐患逐渐浮出水面，其合理性近年来备受质疑。

一方面，扶梯设计的初衷并非用于行走，乘客在扶梯上行走，身体容易失衡导致安全事故。另一方面，长期单侧承重会加速扶梯机械结构的磨损，导致梯级左右承重不均，增加设备故障风险，进而埋下安全隐患。

实际上，北京地铁自2018年起就已取消“左行右立”的倡议提示，并大力宣传引导乘客在乘梯时站稳扶好、注意脚下安全。近年来，上海、广州、南京、成都、香港等多地也都不再提倡“左行右立”。这一看似细微的变化，蕴含着深刻的安全考量与公共管理智慧，是对城市文明进行的温柔校正，体现了城市以人为本的发展原则。

当然，改变一种长期形成的习惯并非一蹴而就。目前，北京地铁的“小脚印”并未完全统一覆盖，习惯使然，许多乘客仍选择靠右侧站立，少数乘客仍在左侧通道快步行走。可见，之前对“左行右立”的文明宣传深入人心，不少人甚至将其变为肌肉记忆，短时间内较难改变。

所以说，文明规则的调整，离不开观念的重塑。“小脚印”的可爱设计，正是为了缓冲认知冲突，用柔性的视觉语言，代替硬性的安全提示，让市民在潜移默化中树立新的文明理念。这一经验值得更多地地方效仿，“小脚印”标识也可印刷至更多公共场所的扶梯上。此外，还可通过广播、电子显示屏、宣传海报等多种渠道，广泛宣传“小脚印”标识的含义，以及“左行右立”的安全隐患，逐渐提高市民的认知度和接受度。

来源：工人日报

地铁扶梯『小脚印』是对城市文明的温柔校正

江德斌

攫取用户隐私终将玩火自焚

新华网记者 颜之宏



过度索权 新华社发 徐骏作

近日，国家网络安全通报中心通报，经国家计算机病毒应急处理中心检测，65款移动应用存在违法违规收

集使用个人信息情况，引发公众担忧。

根据通报，有的App没有征得用户同意，就开始收集个人信息；有的隐私政策难以访问；有的没有提供有效的更正、删除个人信息及注销用户账号功能……

类似情况并不鲜见。近年来，App过度索取个人信息已经成为一大顽疾。

不可否认，App适度收集个人信息，可以更精准地提供个性化服务、优化使用体验，但绝不能超出相应的业务范围，攫取用户隐私终将玩火自焚。

我国个人信息保护法、数据安全

法等法律法规，对个人信息收集、使用等行为划出红线，有关部门依法依规开展行动，部分App因侵害个人信息权益而被查处。这些不良App面临的，不仅是罚款、停业整顿等惩罚，更是用户信任的崩塌。此前，某网络服务平台因违规收集使用个人信息被下架，直接导致其日活用户断崖式下跌，印证了市场规律：一旦失去隐私敬畏，必将被市场所抛弃。

大数据时代，人人希望都能在信息世界中保有知情、自主的权利，打开App时不再有被窥视的担忧。只有正视公众权益和公共利益诉求，才能真正得到市场的尊重。

来源：新华社

网络平台“开盲盒式”扣费，“钱小”事大

新华社记者 阳娜

近来，共享单车骑行“被超时”成为消费者的槽点，有的骑行结束关锁后仍被系统通知“数小时未锁车”，有的免费时长内的骑行却“被超时”扣钱。因为涉及金额少、嫌麻烦，消费者往往选择不投诉，也有因投诉无果而“认栽”，网络平台上这类“套路”让不少消费者坏了心情。

骑行“被超时”、取消打车订单被扣费、免费套餐被扣服务费、自动续费无事先通知……网络平台“开盲盒式”扣“小钱”的情况不在少数。“钱小”并非“事不大”，网络消费中要把消费者的体验当回事，以真诚共筑放心、安心、舒心的消费环境，才能赢得消费者长久的信赖。

“被超时”“被扣费”等花样，看似精明的变现策略，实则侵蚀了消费者信任。一方面，套餐满减、会员卡规则等往往有着复杂的计费方式，让人眼花缭乱、陷入困惑，甚至不明所以地交了钱；另一方面，对智能系统高度依赖让用户误操作撤回难，也让扣费纠纷成为投诉的高发地。网络消费同样需要以人为本，客户服务要充满人情味，需充分理解消费者诉求，秉持用科技改变生活的长远愿景，而非短视地榨取蝇头小利。

真正的商业智慧，不在于设置隐蔽的收费陷阱，而在于通过提升服务质量让用户自愿续费。增强公众的网络消费信心，重在优化消费体验。网

络平台应当履行好自身职责和义务，严格按照相关法律法规对条款等进行自查自纠，充分保障消费者的知情权和选择权；提升平台收费透明度，在扣费规则设计阶段就要充分考虑消费者退订自由，以具体可操作的条款共促更健全的消费服务软环境。

营造放心消费环境，离不开相关监管部门的监督。“小事”聚少成多也是影响消费环境的大事，要用更大强度、更多智慧的监管执法捍卫消费者的合法权益。

全社会共同努力构建信用消费体系，剔除影响消费体验的不利因素和掣肘环节，才能让消费者放心消费，市场更加繁荣健康。