

一个寒冷的冬日清晨,阳光透过稀薄的云层,洒在了巴黎街头。街道两旁的建筑被一层薄薄的积雪覆盖,显得格外宁静而庄重。然而,在这宁静的表象之下,一场紧张的行动正在悄然展开。

主角是一位名叫雅克的年轻信使,他身着一件磨损的风衣,头戴一顶旧式礼帽,手中紧紧握着一封密封的信件。这封信件对他来说意义非凡,它承载着一个秘密,一个可能改变历史进程的密码。

雅克的任务是将这封信送到位于塞纳河畔的一座古老城堡中,那里住着一位神秘的贵族。据说,这位贵族掌握着法国革命时期遗留下来的一份重要文件,而雅克手中的信件正是关于这份文件的关键线索。

雅克穿过熙熙攘攘的市场,躲避着巡逻的士兵。他知道,一旦被发觉,不仅自己会陷入危险,更重要的是,信件中的秘密可能会永远被埋没。他的心跳加速,但步伐却异常坚定。

终于,他来到了那座古老的城堡前。城堡的大门紧闭,四周一片寂静。雅克深吸一口气,敲响了沉重的木门。门缓缓打开,一位穿着华丽制服的仆人出现在门口。雅克递上信件,低声说道:“这是给贵族的,非常重要。”

仆人接过信件,微微鞠躬,然后关上了门。雅克站在原地,心中充满了期待和不安。他知道,自己的使命已经完成,但信件的命运却不再掌握在自己手中。

几天后,巴黎街头传来了消息,那位贵族在一次秘密会议上公开了那份重要文件,引发了轰动。雅克的名字并没有被提及,但他知道,自己在历史的长河中,留下了自己的足迹。

雅克微笑着,继续他的信使生涯,心中默默祈祷,自己的努力能够为这个世界带来一丝光明。

第六届消博会 将举办10余项 促消费主题活动

第六届中国国际消费品博览会即将于4月中旬在海口举办。海南国际经济发展局总经济师、新闻发言人曾蓉在相关新闻发布会上表示,已举办五届的消博会,配套活动是重要组成部分。第六届消博会将通过举办配套活动,打造“国际范、国潮热、海岛风”盛会,提升参展人员体验。

今年配套活动聚焦三方面:一是聚焦参展商、采购商需求,举办新品首发首秀、供需对接等活动;二是聚焦促消费,举办“出口中国”等10余项促消费主题活动;三是聚焦海南自贸港建设,举办“全球好礼 消博好物”等10余项产业主题活动。

王子谦

有奖发票试点城市 已投放奖金18.5亿元

财政部等多部门联合开展有奖发票试点活动,在零售、餐饮等民生消费领域,为期6个月。目前已投放奖金18.5亿元,吸引2.3亿人次参与,效果初显。

对消费者而言,发票有奖带来实际收益,还能为消费维权提供有力支撑。在税收征管上,活动调动群众积极性,推动商家如实开票,助力税务机关堵塞偷税漏税漏洞。同时,便于相关部门统计消费状况,为政策制定提供数字支撑。

不过,个别消费者与商户为提高中奖概率,存在违规红冲、反复作废发票等行为。对此,相关部门将重点监控查处违规虚开、不合理分拆或合并开具、违规红冲发票等行为,维护活动公平秩序,保障消费者合法权益。

魏薇

超龄老人跟团离世,责任谁担?

近日,湖南省邵阳市大祥区人民法院审结一起生命权纠纷案,一名交纳“超龄管理费”跟团旅行的老人离世后,其子女与公司、旅行社就赔偿问题争执不下,最终法院根据各方过错程度明确了责任划分。

2024年10月,某公司为客户策划旅行活动,某旅行社提供服务并对超65周岁人员收取800元“超龄费”。68周岁的王某交纳费用后参团。旅行第4天,行程紧凑,从早上7时30分左右开始,王某随团先后经历商场购物、爬山观景、篝火晚会和夜市游览等项目,直至晚上10时20分左右才返回酒店。在酒店等待电梯时,王某因身体不适呕吐晕倒,经紧急送医抢救,仍因急性呼吸循环衰竭、高血压等疾病离世。

王某子女认为,公司和旅行社未对老人疾病尽审核义务,未告知出行风险,且高强度行程与老人死亡有因果关系,要求两被告连带赔偿80万元。公司和旅行社则称,王某死亡是自身突发疾病所致,事发后他们积极救助,死亡与己方无直接因果关系,且损失计算标准过高,请求驳回诉求。

法院审理认为,旅行社作为旅游经营者,对游客有必要的提示和救助义务。收取“超龄费”后,更应负有更高保障义务。然而,旅行社未能证明向王某告知安全注意事项和不适宜参加的情形,也未询问其健康状况。且行程安排紧凑、游玩时间长,加重了老年团员身体负担,对王某死亡存在过错,酌定承担25%责任。

某公司作为旅游策划者和组

织者,明知王某年龄,却未询问其身体状况,未告知安全注意事项和出行风险,也未审查行程合理性,酌定承担15%赔偿责任。

王某作为完全民事行为能力人,是自身安全第一责任人。其明知患有高血压仍坚持参团,且未主动告知健康状况,对死亡结果存在主要过错,应承担60%主要责任。

关于合理经济损失,法院核定医疗费、死亡赔偿金、丧葬费、精神损害抚慰金等共计691586元。其中,遗体运费、换洗费包含在丧葬费内,办理丧事交通费、误工费非法定赔偿项目,均不予支持。

判决后,双方服判息诉,公司和旅行社已履行赔偿义务,判决现已生效。

李果 李湘 夏国强

T 图片新闻



春归 龙江

气温回暖,候鸟北归。黑龙江省各处湿地与水城,飞鸟与春光交映,勾勒出和谐美丽的生态画卷。图为在齐齐哈尔市一处水域拍摄的大雁。

王勇刚

王鹏

国家老年大学 银发经济学院成立

国家老年大学银发经济学院日前在京成立。学院主要聚焦老年教育与银发产业融合、优质资源开发、多层次多类型人才培养与培训体系建设等领域,全面服务银发经济高质量发展。

银发经济学院立足积极应对人口老龄化国家战略,重点开展集政策研究、标准研制、技能培训、人才培养、产学研融合于一体的教育服务。

未来将逐步形成银发经济课程体系,推动银发经济学科专业建设,培养高素质专业人才,搭建银发经济产教融合平台。

国家老年大学自2023年成立以来,已在全国设立8.2万个基层学习点。

线上线下一“同款不同质”? ——电商“AB货”乱象调查

随着线上购物愈发普及,线上线下结合购物成为常态。然而,电商平台“AB货”乱象频发,严重侵害消费者权益,引发广泛关注。

相关投诉层出不穷

近期,消费者在社交平台吐槽购买某品牌羽绒服,线上标注含绒量与线下一致,实际却差距明显。类似投诉不少,反映线上线下同款不同质问题。商家常以“线上商品与线下同款同质”低价引流,误导消费者。

线上线下看似相同,实际并非同款。北京杨女士在线下看中牛仔褲后线上购买,收到货尺码不符,销售人员称线上是早年款式。线上低价款商品还潜藏“减配”套路,西安刘先生发现某品牌冰箱线上款是减

配版系统。此外,线上展示版与到货实物“货不对板”也是常见问题,商家以A版样品营销,消费者收到却是B版货品,品质差别大。黑猫投诉平台上,消费者投诉线上商品与宣传不符的情况屡见不鲜,服装、日化、小家电成为重灾区。

北京嘉维律师事务所律师赵占领表示,商家若未明确标出线上线下商品差异,可能误导消费者,侵害其知情权。

行业竞争存在走样

“AB货”乱象是电商行业竞争“变形走样”的产物。传统电商市场成熟饱和,线上价格透明且“内卷”严重,“低价”成商家首要竞争策略。起初品牌商线上线下区分产品是为拓展销售渠道,但电商影响线下

销售后,一些商家“重电商轻线下”,过度“价格战”使商品价格远低于正常水平,商家为谋利润和竞争优势只能“牺牲”质量,造成劣币驱逐良币。

同时,当前法律法规不够明确,给“鱼龙混杂”留下空间,消费者维权难。商家不标注“电商款”“商场同款”,让消费者误以为线上线下商品是同款。促销期间,商家可能将近似款、过季款调价打折与新品、优质款一起促销。赵占领称,证明商家欺诈或未尊重消费者知情权难度大,缺乏具体界定和标准细则,主要靠个案判断,消费者取证困难。

亟待细化监管措施

针对“货不对板”问题,中国政法大学副教授朱巍认为,电商平台

要承担主体责任,运用技术手段监管,对差评、投诉集中的产品和商家严格审核,对商家销量、信用进行可视化标记。

赵占领希望出台针对此类问题的规范性文件或行业标准,细化对“AB货”的界定和相关要求,明确线上商品介绍内容,标识必须全面清晰,不能含糊、隐藏或欠缺信息。

平台要畅通消费者投诉举报渠道,及时反馈并解决问题。监管部门要加快研究管理举措,形成长效约束机制和有震慑力的打击力度。朱巍建议,消费者协会等机构要发挥指导监督作用,加强宣传指导、公开负面案例,促进行业自律。同时,消费者也要提高辨别能力,理性购物,不单纯“比价”,还要“比质”。

郭宇靖 阳娜 吉宁