



编者按

去年4月淄博烧烤火爆“出圈”后,《法治日报》记者曾深入多个网红打卡点,体验“烟火气”中的“法治味道”……给记者留下了深刻印象。今年4月,记者“二次复烤”,观察一年来发生的变化,探寻淄博烧烤持续火爆的深层原因。

淄博烧烤“复烤”凭什么继续火

燃旺法治“炉火” 锤炼社会治理“内功”

□ 本报记者 姜东良 李娜 □ 本报通讯员 朱东超 耿丹丹

今年以来,淄博烧烤热度不减,甚至比去年火得更早。仅清明假期期间,山东省淄博市主要网红打卡地就接待游客71万余人,高速公路来淄车辆43万余辆。

淄博烧烤凭什么继续火?近日,《法治日报》记者实地走访八大便民市场、“临淄大院”烧烤城、陶瓷琉璃大观园景区等网红打卡点,深入采访淄博政法机关、市场监管、政务服务等部门,感受淄博市越烧越旺的法治“炉火”和持续练就的社会治理“内功”。

分级安保实时处置 现场解决群众诉求

4月18日下午3点48分,记者来到“进淄赶烤”游客们必打卡的网红地——张店区八大局便民市场。

市场内游客如织,众多年轻人在炒锅饼、紫米饼、奶棒等特色小吃前排起长队。此时,“数字八大局”人流统计系统显示,当日人流量已达42万余人。

“现在在工作日人流量平均七八万,清明节3天平均每天12.5万人,比去年同期增加40%。”正在执勤的淄博市公安局张店区分局体育场派出所教导员董文胜告诉记者。

人流持续增加,市场安保和管理该如何加强?

“经过一年摸索,我们建立了分级安保制度,日进客量5万以下,5至7万,7至10万,10万以上分别启动不同级别安保响应。比如,10万人以上时,除了派出所民辅警执勤外,分局抽调机关人员在市场进出口、易拥堵路段执勤,为防止拥挤踩踏,市场内达2万人时,封闭人口实行限流间断放行。同时,张店区街道、城管、应急、市场监管、燃气、电业、卫生防疫等单位各司其职,及时处置各类问题。”董文胜介绍说。

“现在由南向北行走,遇到了拎着码码到处转的张店区市场监督管理局体育场市场监管所所长杨光。”这个码码是1000g标准码码,我走到哪带到哪,不招呼不寒暄,随时检查电子秤,没有发现一家短斤少两。”杨光说。

记者发现,与去年相比,每家商户门前多了一张投诉服务贴纸,贴纸上公示了店名、店铺位置、店主姓名、店主电话、投诉服务热线等信息。

“游客遇到问题现场拨打投诉热线,说出店铺位置等信息,市场管理办公室工作人员会立即赶到并根据具体情况会同市场监管、公安、商务等相关部门第一时间处理。”据杨光介绍,市场还根据热线受理投诉建立台账并以信用积分的方式评定商户信用等级,为26家达到“四星”商户悬挂“诚信流动红旗”,营造规范有序、诚信经营的市场环境。同时,张店区推行500米诉求服务圈建设,在网红点设立诉求服务站,现场解决群众诉求,实现矛盾不出现场。

店老板当微网格员 测评督促规范经营

4月18日下午6点52分,记者来到位于临淄区的“临淄大院”烧烤城,这里是全市持续火爆的烧烤城之一,院内有25家烧烤、炒菜、烤鱼店,共有露天小桌约9000张。今年清明假期,平均每天接待就餐游客12万人。

在大院门口,记者已经发现了不同:“去年路两边停满了车,有些堵路,今年怎么没有?”

临淄区楼下街道党工委副书记孙波回答了记者的疑问:“停车难是去年游客投诉最突出问题,今年街道投资在大院一侧建有300多个车位的停车场,还配了26个充电桩。另外,在距离大院1.5公里的地方还建了一个1300多个车位的停车场,满足了游客停车需求。”据了解,停车场建成后,“临淄大院”投诉大幅下降,今年以来每个月平均两起投诉。

不到晚上7点,院内小桌已坐满了三分之二。“这一年生意火爆不减,但经营更规范了,现在每

家店老板都是微网格员,有18项考核办法,每周测评每季度排名,大家都想争先进。”烧烤店老板宋先生边招呼客人边和记者说着变化。

店老板如何变为微网格员?据临淄区楼下街道范家村党支部书记、村委会主任袁国华介绍,“临淄大院”所有商户全部纳入楼下街道范家村第五网格,每家商户都是一个微网格,商户老板是微网格员,在网格长、网格员带领下做好微网格内综合治理、消防安全、环境卫生、食品安全等工作。

“我们细化了商户18项积分考核办法,每周成立由网格长、副网格长以及轮流产生的5名商户老板组成的考核小组,每季度前5名商户被评为‘五星级经营示范户’,专门挂牌奖励。”网格员范柯远告诉记者,虽然游客增加,但是工作压力反而小了,因为大院设施更完善了,网格管理更细化,经营更规范,商户越来越意识到只有合法规范经营才是长远发展之道。

和范柯远感受一样,在“临淄大院”带队巡逻的淄博市公安局临淄分局永流派出所民警刘首创也在工作多了一些从容:“设施完善了,管理规范了,大院警情也少了。”据了解,今年以来,截至4月17日,“临淄大院”共发生警情18起,比去年同期下降61%。

因地制宜锤炼内功 微型公约源头解纷

城市火爆“出圈”后,如何不断解决基层治理中遇到的问题,推动“网红”变“长红”?因地制宜强健基层治理根基,是淄博市给出的答案。

去年5月,随着客流量上升,张店区工盛社区锦园小区陆续有居民拿空房屋开办民宿,接待外地游客,很快,民宿噪声扰民,占用公共资源、破坏小区环境等投诉倍增。

“问题出现了,就得想办法解决。”张店区委政法委书记赵海认为,解决问题第一步要摸清辖区民宿底数,第二步要聚起民宿管理合力。

摸清民宿底数,掌握最准的还是网格员。“我们发挥情况熟的优势,通过‘数据跑路+双腿走路’的方式,每家每户摸排。”网格员刘肖娟告诉记者,不到一周时间,辖区近30家民宿情况被详细统计上来。

随后,张店区邀请物业工作人员、民警、律师、业主及民宿经营者召开会议形成《民宿入住小公约》,包括居住期间请勿大声喧闹,请勿携带宠物进民宿等6条内容。民宿入住者需要签订公约方可入住。如果违约,民宿开办者需要承担相应责任。

“小公约”破解“大难题”,工盛社区锦园小区去年9月实行“小公约”以来,民宿问题实现零投诉。

“摸着石头过河”,边前进边创新。在博山区陶瓷琉璃大观园景区的建设打造中,大气扬尘、施工期噪声污染、拆迁补偿等问题接踵而至。“为了各项目顺利建成提供法治保障,我们推行首席法律咨询专家制度,由法学会把关,聘任首席法律咨询专家参与疑难复杂涉法涉诉信访案件评查,联合拆迁工作专班完成160余户拆迁任务,从源头预防和减少社会不稳定风险。”博山



区委书记、政法委书记刘青告诉记者。目前,陶瓷琉璃大观园景区已成为全市有名的网红打卡地,年营业收入1000余万元。

唯有练就深厚的社会治理“内功”,才能经得起“网红”到“长红”的考验。记者了解到,淄博网格化管理服务管理工作起步较早,2016年已经开始网格化建设,2020年实现了网格全覆盖。淄博烧烤火爆出圈后,及时对新晋网红打卡地,烧烤集中区的基础网格进行优化调整,精准划定专属网格,充实网格力量,推动“网格+警格”“网格+12345”热线“深度融合,确保网格员上报的问题信息迅速交转办办,及时有效处理。

“群众的信任不是一蹴而就,而是在件件小事上积累起来的,只要做到了,群众就信你,愿意跟你走。”正如博山区古谷社区网格员王家富所说,淄博市7765名网格员战斗在全市7685个网格,成为基层治理的强大支撑。今年以来,全市网格员累计组织开展入户走访8.2万次,巡查烧烤摊位1.8万余次,排查各类涉“淄博烧烤”治安和安全隐患370余件。

合力建设长效机制 游客满意度在提高

采访中,一组来自淄博12345热线的数据,引起记者关注。2023年4月热线受理涉烧烤、旅游类诉求13521件,而今年3月至今仅受理2300余件,同比下降82.46%。

游客量未减,但投诉反而少了。数据变化的背后是淄博市各单位部门的共同努力。一年来,各相关部门围绕服务保障“淄博烧烤”出台了一系列常态长效工作机制。

淄博市政府市民投诉中心建立对涉烧烤、旅游类投诉快速办处机制,要求承办单位2小时内回复初步办理情况,1日内办理完毕,3日内回复办结情况。

市公安局在各区县主城区布建18个警务工作站,全面落实“1、3、5分钟”快速反应机制,灵活调度巡警、特警、警务站,派出所巡防力量,加强烧烤集聚区、旅游景区值守,统筹协调保安

员、网格员、志愿者等社会力量共同参与秩序维护和应急处置。

市文化和旅游局利用新媒体矩阵充分展示齐文化等文旅资源,深入推介厚重的文化底蕴。市市场监管局加大食品安全抽检快检力度,在烧烤集中区域设立食品快速检测站,对分散经营烧烤店巡回检测,每日在现场公示检测结果。

市商务局建立“烧烤+”行业规范,牵头制定《关于进一步优化消费环境的实施意见》等制度措施,为烧烤行业规范化整治和管理提供依据。

城市管理局持续推进党政机关开放停车位、厕所,2023年共有207家党政机关开放停车位、厕所。

市卫生健康委员会在全市设置景区及网红打卡点医疗保障点20个,定点和后备定点医院5家,有力保障游客生命健康。

市烧烤协会正在补充申请注册“淄博烧烤”集体商标的材料,共同维护淄博烧烤的口碑。经过这一系列努力,游客的体验感和满意度不断提高。“我们这是第二次‘进淄赶烤’,这次停车和住宿感觉方便了很多”“淄博海岱楼能和济南趵突泉联动亮灯吗?那就更有趣了”“建议多发布旅游提示,让大家错峰‘赶烤’”……

记者手记

为什么有人说淄博烧烤是“一剂良药”,能补给人们匮乏的情感需求?是因为它代表了触手可及的幸福。

在八大局便民市场,你可以放心地吃遍所有想吃的小吃,只需要几十块钱。在店家家谈,环境安全的烧烤城,人均几十块钱就能大口快吃。在博山陶瓷琉璃大观园,漂亮手串物美价廉不会被坑。一切快乐和幸福,触手可及,平等于人。

而这触手可及的幸福背后,需要一个城市深厚的基层社会治理“内功”。平安和谐的生活环境、公平公正的经营和交易环境,共建共治共享的社会治理共同体……每一项,每个细节都需要城市管理者的智慧,需要全体市民、游客的共同努力。

漫画/高岳

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 李纪凡

“我就买一瓶酱油,酱油本身也有把手,为什么非要我支付一元钱环保包装费?”前不久,北京朝阳的王先生想在某商超App上买一瓶酱油,发现在结账时出现了包装费选项,而且不选择包装费选项就不能下单。

王先生经常在该商超App买东西,之前都是一次性购买不少东西,被收包装费也没有太在意,现在就买一瓶酱油也收,他觉得平台是在“宰客”,侵犯了消费者合法权益。

《法治日报》记者近日采访发现,不少线上商超都存在收取包装费的情况,而一些消费者对此并不认可,认为存在收费标准模糊,收费没有明显提示,甚至强制收费等问题。

在受访专家看来,线上商超调整自身经营策略收取一定包装费可以理解,但必须明码标价。实践中存在包装费标准不统一、未充分保障消费者选择权等问题。经营者应充分听取消费者意见,结合实际情况设定经营策略,在平衡利润和成本的同时关注消费者的感受,把是否需要包装费的选择权还给消费者。

商家被指“收费随意” 标准不统一令人困惑

按照王先生的提示,记者进入该商超App尝试购买相关商品发现,下单时,袋装米面,食用油等商品不显示需要包装费,而选择独立包装的酱油时,却出现了包装费选项,不选择就不能下单。

记者致电该商超App客服,描述了所遇到的情况。客服解释说:“对于像油这样的商品来说,它的包装通常比较大,可以直接提取,但对于像酱油这样的小件商品来说,可能需要额外的包装袋来封装,因此会收取包装费。”

记者表示一瓶酱油有把手,手拎着就行,不需要包装袋。客服回应,无法更改线上的包装费选项,但可以为记者申请一张两元的优惠券,相当于减免了包装费。

在记者进一步咨询包装费收取标准时,客服称,一般情况下,在线上订单时大部分商品都需要支付包装费;存在一些特殊商品,它们可能因为自身已有包装而不需要支付额外的包装费用。客服也承认由于缺乏统一标准,消费者在购买过程中难免会产生疑惑,他们无法在平台上修改此类选项,但可以提供优惠券,以便在下次订单时抵扣包装费用。

不仅这家商超App,在另一家生鲜类App上同样存在类似的情况:消费者到付款界面时发现还有包装费,而且必须选择包装费才能下单。

还有受访消费者反映:在不同平台下单有的收包装费有的不收,比如在某商超App上购买一袋大米,不需要支付包装费,但如果通过某外卖平台下单上商超同款大米,则必须支付1.2元的包装费。

“买什么东西,买多少,需要支付包装费?买一堆东西和一件东西都支付一样的包装费,合理吗?”北京西城的赵女士说,一些线上商超、外卖平台的包装费收得不明不白,非常随意。

限塑目的不在于收费 简单粗暴收费不可取

据公开报道,有线上商超对收取包装费作出回应:依据国家“限塑令”等相关政策要求,使用了生物降解塑料袋,并对包装材料适当收费。

但一些消费者对这一说法并不买账。家住北京朝阳的牛先生经常在线上商超购物,他说,企业如果是为了配合“限塑令”,那么应该想方设法让消费者减少购买塑料袋,而不是一刀切,“不支付包装费就不买了其商品,这是借‘限塑令’为名向消费者收费”。

在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来,根据国家“限塑令”,商家应该积极倡导环保理念,采用环保材料来包装商品,以减少对环境的影响,商家应该不断改进技术,提升服务标准,尽量采用环保的包装袋,而不是仅仅通过增加收费来应对环保要求。

“如果商家仅仅通过增加包装费用,而没有采取实质性措施减少塑料制品的使用量,那么这种做法明显是不合理的。”陈音江说,这既不能有效遵守“限塑令”,也不能真正减少对环境的负面影响。

江苏省消保委曾于1月10日发文表示,经营者可以探索降低塑料购物袋使用频率的销售策略,而非简单粗暴地统一收费。“限塑令”的最终目的不在于收费,而是通过收费减少塑料制品的使用频率,引导消费者自发形成绿色消费习惯,从而降低塑料制品对环境的不利影响。

“线下购物时,袋子可买可不买,没人强迫,但线上商超却强制性收费,既然是为了环保才收费,我将袋子完好保存并归还,支持环保,为何不能退费呢?”有网友提出。

对外经济贸易大学法学院教授、消费者保护法研究中心主任苏号朋认为,这种做法显然是不合适的,“当外卖小哥将商品送到消费者手中时,包装袋的功能已实现,消费者也享受到了合同的履行效果。因此,将包装袋归还给外卖小哥并拒绝支付包装费的做法在法律上是不受保护的”。

应基于商品属性判断 合理收费保障选择权

针对包装费问题,受访专家普遍表示,有的平台在前期发展过程中,为吸引消费者,不收取包装费,当经营成本或供求关系发生变化时,适当收取一定包装费用可以理解,但关键是收费要合理,而且要保障消费者的自主选择权。

苏号朋认为,法律并未对包装费之费用作出具体限制,因此从法律上说,商超可以将包装费用作为单独收费项目,且有市场定价权。但根据《明码标价和禁止价格欺诈规定》中规定,如果要收取费用,必须明码标价。

“明码标价的核心在于经营者必须在销售或服务过程中公开、透明地标示所有费用。如果在未明确告知消费者的情况下收取任何费用,或者通过误导性的价格展示进行欺诈,都将构成违法行为。”苏号朋说,线上超市在提供包装服务时,应在商品页面上明确标示包装费用,而不是在消费者结算时才突然提出,这种做法不仅侵犯了消费者的知情权,也违反了明码标价的规定。

他建议,应该在商品页面上提供包装费的详细信息,包括图片、尺寸和材质等,以便消费者作出知情的选择。此外,经营者还应提供不同大小和类型的包装费选项,以满足不同消费者的需求。这不仅有助于消费者作出合理的消费决策,同时也保障了市场的公平竞争。

陈音江也提出,经营者收取一定的包装费是可以理解的,但前提是要公平合理,要基于商品包装的必要性和实际成本考量。同时商家也要充分听取消费者的意见,提供多种包装选择,让消费者可以根据自己的需求和偏好进行自主选择,从而提升消费体验。只有这样,才能获得双赢效果:消费者获得良好的消费体验,才会再次光顾;经营者有了更多回头客,才能获得更好的发展。

“收取包装费应当基于商品属性进行合理判断。对于不同类型的商品,其包装需求可能不同。比如对于生鲜类商品,如果不进行适当的包装可能会影响品质,因此包装是必要的,但不应过度包装,企业需要根据商品属性和实际需求来合理选择包装方式。”陈音江说。

江苏省消费者权益保护委员会呼吁,由于外卖或者超市外送多是送货上门,可以优化仓储和配送环节,采用能循环使用的包装,进行环保配送。例如,可以使用布袋等环保材料配送,待商品送货上门后再由配送人员带回包装袋等。

“怎么平衡利润和成本,同时关注消费者的心理感受,是商家需要不断思考研究的问题。”中国商业联合会专家委员会委员、北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳说。

不选择包装费不能下单 在不同平台下单有的收有的不收 线上商超购物强收一元包装费合理吗

“插座”藏摄像头,男子非法销售窃照器材获刑

□ 本报记者 张雪泓 □ 本报实习生 屈羿辰

近日,北京市朝阳区人民法院公开宣判一起非法销售窃照器材案,被告人林某因非法销售窃照器材,被判处有期徒刑一年,缓刑一年,罚金一万元。

经查,林某在经营网店期间,多次被客户问及能否提供组装“隐私摄像头”服务。受利益驱使,林某开始为客户组装隐私摄像头,每单获利数百元。

朝阳法院经审理查明,2023年2月至11月,被

告人林某在未经国家有关主管部门批准的情况下,擅自在其经营的网店向他人销售具有秘密录像功能的插排样式的摄像头,累计获利5000多元。经鉴定,林某贩卖的部分摄像头属于窃照专用器材。

庭审时,林某辩称其意识到售卖窃照器材不一定合法,但对客户尽到了告知义务,客户均向其保证摄像头用于正当用途,林某认为这样自己就可以不用承担法律责任。

据了解,林某售卖的具有偷录功能的摄像头中包含“面板型”摄像头。这种摄像头的外观

与普通墙面插座面板无异,但其内部却藏有摄像装置,只要接好内部电线,便可在线偷窥,不易被发现。

朝阳法院认为,被告人林某法治观念淡薄,为获取利益,不顾后续可能引发的违法行为,多次向他人非法销售窃照专用器材,其行为已构成非法销售窃照专用器材罪。鉴于林某到案后能如实供述所犯罪行,自愿认罪认罚,积极退缴违法所得,缴纳罚金,法院对其依法予以从轻处罚,在案款一并处理。据此,法院作出上述判决。宣判后,林某表示不上诉。

本案主审法官说,人们在享受科技为生活带来便利的同时,个人信息也面临被泄露、滥用的风险。非法销售窃照专用器材严重危害社会管理秩序,极易产生泄密窃密、非法调查、敲诈勒索、电信诈骗等违法犯罪,威胁公民个人人身财产安全,危害国家安全和社会稳定。一旦发现窃听、窃照、窃录情况,应第一时间报警。对于网络上博山陶瓷琉璃大观园,漂亮手串物美价廉不会被坑。一切快乐和幸福,触手可及,平等于人。

而这触手可及的幸福背后,需要一个城市深厚的基层社会治理“内功”。平安和谐的生活环境、公平公正的经营和交易环境,共建共治共享的社会治理共同体……每一项,每个细节都需要城市管理者的智慧,需要全体市民、游客的共同努力。