

[热点聚焦]

平台“套娃式收费” “明码标价”不是免责理由

□ 陈松

近日,西安市民反映喜马拉雅会员体系复杂混乱:手机端的“儿童VIP”与智能手表端的“少儿VIP”互不通用,甚至出现年卡与连续包月重复扣费的情况。面对质疑,平台客服回应称“不同设备、不同内容需分别开通会员”,而市场监管部门则表示,尽管用户普遍吐槽,但因服务页面有明示价格,暂难认定违规。这一事件看似是个别平台的运营问题,实则折射出当前数字消费领域日益突出的“隐形门槛”与“体验割裂”困境。

在数字经济高速发展的今天,音频平台早已从单纯的内容分发者,转变为集内容、设备、服务于一体的生态运营商。然而,一些平台在追求商业变现的过程中,却将用户体验置于次要位置。以儿童内容为例,同一家庭、同一孩子,在手机上听故事要开一个会员,在手表上听同类内容又要另付一笔费用,这种“一内容多入口、一用户多付费”的设计,本质上是以技术接口为名,行重复收费之实。即便每项收费都“明码标价”,也难掩其对消

费者合理预期的背离。

更值得警惕的是,“套娃式收费”正成为部分互联网平台的惯用策略。从视频网站的“黄金VIP看不了最新剧,还得买白金VIP”,到网盘服务的“免费空间缩水、下载限速逼你升级”,再到如今音频平台按设备拆分会员——这些做法表面合规,实则利用信息不对称和用户路径依赖,层层设卡、步步加价。消费者虽可“用脚投票”,但在头部平台垄断内容资源的现实下,选择权往往形同虚设。

诚然,企业有权根据产品形态设计差异化服务,也有权通过合理定价获取收益。但商业逻辑不能凌驾于用户信任之上。当“明码标价”沦为规避责任的挡箭牌,当“用户协议”变成冗长晦涩的免责条款,平台与用户之间的契约精神便面临侵蚀。真正的市场公平,不仅要求价格透明,更要求规则合理、体验连贯、尊重常识。一个孩子在不同终端听同一类内容,理应被视作同一服务场景,而非割裂成多个收费单元。

监管部门的态度也需与时俱进。当前法律对“价格欺诈”的界定侧重于是否公示,却较少关注收费结构是否违背消费常理。面对新型数字消费陷阱,监管不能止步于“有没有标价”,而应深入评估“标得是否合理”“收得是否正当”。可借鉴消费者权益保护法中的“公平交易权”原则,对明显违背用户合理期待、人为制造使用障碍的收费模式进行规范。

平台经济的长远发展,终究要建立在用户信任的基础之上。与其在会员体系上“叠床架屋”,不如回归内容和服务本身,用优质体验赢得口碑。当千万家庭愿意为孩子的成长内容付费时,他们期待的是便捷、透明、一体化的服务,而不是在各种VIP之间疲于切换、反复掏钱。

“套娃式收费”或许在短期内能增加营收,但长期看,透支的是品牌信誉与用户忠诚。在高质量发展成为主旋律的今天,平台企业应当明白:真正的竞争力,从来不是算计用户的精明,而是服务用户的诚意。

[读者来论]

给面试者发补助和感谢信 体现尊重和珍视人才

□ 丁家发

近日,一名女子发帖称,在西安一传媒公司面试后,收到一封感谢信和30元交通补助,引发热议。该公司在感谢信中称,公司会对面试者的情况进行全面评估,3个工作日内通知录用结果。信封中有30元钱,作为面试者的交通补助费,“如果暂时没有机会与您合作,我们将把您的资料列入人才储备档案库,希望今后有共事的机会”。记者注意到,该女子发布的网帖,评论和点赞量已超过3万。(3月6日极目新闻)

西安这家企业的暖心之举,并非个例。深圳也曾有企业为面试者提供66元交通补助和感谢信。在人才竞争白热化的当下,企业的招聘手段早已超越了单纯的薪资待遇比拼,向着更具温度与人文关怀的方向发展。表面上看,给面试者发补助和感谢信,只是招聘流程中的微小细节,但实则体现企业对人才的尊重与珍视。

对面试者而言,跨越城市甚至不远千里奔赴一场面试,背后是时间、金钱与精力的多重成本。一份数额或许不大的补助,是对他们付出的直接认可,能有效消除其因面

试产生的经济顾虑;而一封情真意切的感谢信,则是对其个人价值的肯定,让面试者在奔波之余感受到被重视的温暖。这种从细节出发的温暖关怀,打破了传统招聘中冰冷的供需关系,构建起一种平等、尊重的互动模式。

而在企业层面,这一暖心举措更是一种极具远见的品牌投资。在信息传播高度发达的今天,面试者的体验会通过社交网络、口碑相传等方式迅速扩散。一位获得补助与感谢信的面试者,很可能会成为企业的“自发宣传员”,向身边的人讲述自己的暖心经历,从而为企业吸引更多潜在人才。相反,那些对面试者冷漠以待、忽视其合理需求的企业,也会因负面口碑在人才市场中逐渐失去竞争力。可以说,补助与感谢信虽小,但可以成为企业展示自身文化与价值观的窗口。

从社会层面来看,给面试者发补助和感谢信,也为整个职场生态注入了正能量。它提醒着所有企业,人才是企业发展的核心竞争力,尊重人才、关爱人才不应只是一句口号,而应转化为具体的行

动。当越来越多的企业加入这一行列,整个社会对人才的重视程度将不断提高,职场环境也将变得更加温暖与包容。

同时,我们也必须清醒地认识到,企业的人文关怀,不能仅仅停留在招聘环节的“表面功夫”上。发放补助和感谢信只是第一步,尤为重要,是将这种尊重人才的理念贯穿到企业经营发展的全流程中。比如,在员工入职后,企业需要提供公平的晋升机制、完善的培训体系、良好的工作环境,让员工真正感受到归属感与成就感。否则,招聘时的暖心举措,可能会沦为一种“营销手段”,最终不仅无法留住人才,还会让企业陷入“伪关怀”的舆论漩涡。

总之,给面试者发补助和感谢信,是企业人才观转变的一个缩影,也是构建和谐职场关系的有益尝试。此举不仅能帮助企业吸引更多优秀人才,还能推动整个社会形成尊重人才、关爱人才的良好风尚。期待更多企业能将这种人文关怀融入企业的DNA中,以真诚与尊重赢得人才的信任与追随,实现企业与人才的共同成长。

[社会洞见]

别让“电子孝子” 掏空父母养老钱

□ 丁慎毅

今年两会,全国人大代表方燕的一个建议让很多人心头一软:对老年人账户设置“冷静期”,疑似诈骗交易延迟24小时到账。这个“24小时”,就像给飞奔的资金安了一脚刹车,也为子女和警方留下了一道救火的“黄金窗口”。

这脚刹车,来得正是时候。

截至2024年末,我国60岁及以上人口已超3.1亿。数字浪潮奔涌而来,却把不少老人卷入了“电子黑洞”。有研究显示,51岁以上直播用户中,不少老人将主播视为情感代偿对象。江苏某三甲医院精神科的记录里,多位老人因打赏纠纷陷入抑郁,他们并非不识骗局,而是甘愿痛饮这杯“数字鸿酒”。

《孤勇者》里唱“他们说,要带着光驯服每一头怪兽”。可在算法的精准“投喂”下,“孤独的怪兽”往往是老人自己。齐鲁晚报曾报道过一个叫陈梅的老人,老伴去世后,迷上了AI合成的短视频。她凌晨三点醒来第一件事是摸手机,在“感恩宇宙”“恩师”的留言区写下大段心得,把“视频里的人”当成唯一的朋友。儿媳不解,她反问:“身边的人对我都不好,他们帮到了我,我就应该买东西帮帮人家。”

这是何其荒诞又心酸的场景!现实中的子女在屏幕上划过,屏幕里的“电子孝子”却在掏空父母的养老钱。

方燕代表的建议,正是要在这个荒诞的链条上,加上一道“物理隔离”。对65岁以上老人向非亲属转账3万元以上,系统自动延迟24小时到账,银行客服人工回访确认。这个机制并不新鲜,却精准拿捏了诈骗的“七寸”。所有的话术,都怕“等”这个字。24小时,足够骗子露出马脚,足够子女打个电话,也足够老人从“上头”的状态里回过神来。

当然,也有人担心,这是否干预了老人的财产自由?可细想,真正的自由,不是被算法绑架的自由,而是拥有清醒选择权的自由。那些被精心设计的情感话术、被AI换脸的“孙子”哭声、被弹窗诱导的“免密支付”,哪一样不是在剥夺老人的自由?24小时的“冷静期”,不过是把被技术碾压的天平,往回扳了一点。

但要真正解决问题,光靠这24小时还不够。

比诈骗更深的陷阱,是老人的精神孤岛。上海某社区调研显示,子女为父母安装反诈App的比例不足30%,但抱怨老人“非理性消费”的却超60%。儿女们教会父母用微信支付,却没告诉他们屏幕那头可能是“披着羊皮的算法”;儿女们抱怨他们刷短视频上瘾,却忘了自己已经很久没跟他们好好聊过天。

方燕代表还建议,构建“家庭—社区联动机制”,将大额转账告知子女。这听起来像“告状”,其实是搭一座桥。最高级的反诈,不是24小时的延迟,而是让父母不必去直播间购买虚假的温暖。

在安徽芜湖,有个社区搞了“亲情连线”活动,帮独居老人视频通话联系子女。有位老人对着屏幕里的儿子,第一句话是:“你瘦了。”那一刻,屏幕里的“电子孝子”说得再甜,也比不上这句略带哽咽的乡音。

“老人不图儿女为家做多大贡献,一辈子不容易就图个团团圆圆。”这句话在今天依然适用。当“电子孝子”比亲生子女还殷勤,我们或许该重估“赡养”的内涵:它不仅是账户里的转账,更是通话时长里累计的温度;不仅是反诈软件的拦截,更是帮助父母在数字丛林里守护尊严的能力。

24小时的“冷静期”,是为资金安全买的一份“后悔药”。但根治“电子鸦片的软性欺诈”,还需要更长的疗程,比如,平台拿出“装睡”的勇气,子女拿出陪伴的时间,社会拿出“治本”的耐心。让“爸、妈”这两个字的回响,不再只是直播间里的AI合成音,而是数字时代最温暖而坚实的锚点。