

# 时刻绷紧疫情防控责任之弦

进一步统筹好疫情防控和经济社会发展,提高二者政策措施的契合度

■刘鑫焱

当前,新冠肺炎疫情仍在全球蔓延,国内零星散发病例和局部暴发疫情的风险仍然存在,疫情防控形势依然严峻复杂。不久前召开的中央经济工作会议要求,疫情防控要毫不放松抓好“外防输入、内防反弹”工作,严防死守,确保不出现规模性输入和反弹。时刻绷紧疫情防控责任之弦,我们才能更好守护人民群众生命健康,巩固拓展疫情防控和经济社会发展成果。

病毒突袭而至,疫情来势汹汹,给我国经济社会发展造成严重冲击。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,抗击疫情斗争取得重大战略成果,我国成为全球唯一

实现经济正增长的主要经济体,交出了一份人民满意、世界瞩目、可以载入史册的答卷。目前,全国疫情防控总体形势良好,但是“外防输入、内防反弹”的压力仍然很大。特别是外防输入,不仅要防止人传人引发的疫情,还要防止物流带来的病毒。就此而言,必须紧跟防控形势的新发展、新变化,防范化解疫情冲击导致的各类衍生风险,坚定必胜信心,坚持底线思维,不断推动经济持续恢复和高质量发展。

疫情防控,重点在防,关键在控。社区防控和重点场所、重点环节防控不断查缺补漏,完善升级防的措施,才能精准、高效地实现防的目标。这需要各地各部门紧盯疫情防控形势新的变化,及时调整更新防的措施,

切不可老办法应对新问题。要进一步研究疫情传播的新问题、新路径,紧紧盯住科研新进展、新突破,充分整合到常态化预防中。从控的角度而言,对于零星、散发疫情,应全面开展流行病学调查,及时找出风险点,堵住扩散蔓延可能,提高防控的精准度、有效性。同时也应当有力而有度地开展防控,提升疫情防控效果和水平。基于前期我国疫情防控成功经验,并结合流行病学调查关于病毒传播路径、传播规律的最新科研成果,我们完全有能力防住疫情、排除风险、堵住漏洞。

元旦和春节两节期间,更要做好疫情防控工作。一方面,现阶段的各项常态化防控措施仍然要坚持下去,在商超、餐饮单位、宾馆饭店、农

贸市场、机场、火车站、长途客运站和影剧院等重点场所,严格落实戴口罩、测温验码、通风消毒、保持社交距离等措施,不能有丝毫懈怠,不能有任何侥幸;另一方面,每个人也要做好个人防护,减少人员聚集,注重个人卫生。只要形成防控合力,就能继续取得疫情防控的良好成效。

在确保疫情不出现规模性输入和反弹的前提下,防控措施应力求对经济发展、社会民生、百姓生活影响最小,努力实现相对低成本的有效疫情防控。在巩固前期疫情防控成果的基础上,进一步统筹好疫情防控和经济社会发展,提高二者政策措施的契合度,我们就能为推动高质量发展营造良好环境。

(据《人民日报》)



围炉夜话

新华社发 张柯作

## 消费需要“冷静期”吗

■毕朔

2020年12月28日上午,《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本(2021版)》在沪发布,首批15个本市主要健身品牌400余家门店率先承诺履行和使用《会员服务合同》,《会员服务合同》特别设置“7天冷静期退费”条款,消费者在签署合同次日起的7日内,在未开卡使用会员服务的情况下,可以单方面解除合同并获得全额退款。

健身行业有了“7天冷静期”,这一新鲜事物自然会引发社会关注。对于这一新规大家也看法不一,有网友呼吁美容美发行业也要如此,还有网友联系到离婚冷静期,觉得会鼓励顾客来打卡拍照就走。

仔细研读上海这一新规,其实类似于网购的“7天无条件退货”,消费者在付款一周内解约,可以全额退款,当然前提是未开卡使用会员服务。上海之所以推出这一新规,是因为健身行业往往存在过度营销,有些消费者经不住反复推销,冲动消费,购买了较长期限的会员卡,结果却发现自身因种种原因无法全额消费,带来资金损失。

所以,健身行业的“7天冷静期”,是对消费者选择权和后悔权的赋予,夯实消费者权益保护。

消费需要“冷静期”吗?我认为是有必要的。这一惯例在国外早已有之。消费者的后悔权制度在英国被称为“冷静期条款”,美国称其为“消费者的冷静期”,德国称其为“消费者撤回权”。而各国之所以设立这一制度,在于早

年上门挨家挨户推销产品的直销兴起时,很多在家的消费者由于信息不对称而在上门交易中处于弱势地位,往往会因为直销人员的各种说辞而产生冲动消费。所以消费者反悔权的立法初衷,就是基于对消费者在直销交易中的倾斜保护而设立的,其目的是赋予消费者一定的冷静思考期,从而对经营者进行一定的规制,进而更好地平衡买卖双方的利益。

商家与消费者由于信息不对称等原因产生不对等,市场规则需要随时矫正这种不对等。比如,在网购过程中,因为消费者看不到实物,因此会出现“货不对板”等问题,赋予其“冷静期”或者说后悔权,可以让消费者有效减少这一现象给自身权益带来的损害。

但也要指出,即使是网购,也并非所有消费品类都适用这一原则。《消费者权益保护法》第25条规定了消费者定制、鲜活易腐等4种类型不支持7日无理由退货的商品;《网络购买商品7日无理由退货暂行办法》则在此基础上,增加了包括销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品在内的三类不适用于“7天无条件退货”的商品。

由此可以看出,消费是否需要冷静期不能一概而论,要根据商品及服务自身特点,综合考量商家与消费者的各自付出成本,以及实施“冷静期”对双方所带来的损益,从而给予合理的、平衡的相关规定,如此才能一方面切实保障消费者合法权益,同时也不会伤及商家的正当收益。

(据《光明日报》)