

■ 冯海宁

把“先用后付”的选择权还给消费者

“先用后付”是一种新型的支付模式，消费者在网上购物时，无须付款即可下单，商品确认收货后再付款。目前多个电商平台都提供了该项服务，允许消费者在一定还款周期内免息购买。“先用后付”看似增加了购物的便捷性，却也引发了消费者的热议，热议点都在于该功能开通容易关闭难。

一年一度的“双11”已经来临，与网购相关的话题再度热了起来。其中，“先用后付”现在十分普遍，存在于多家网购平台。这种支付模式对消费者和平台都是有利的，对消费者而言，尚未付款却能享用所购商品，而且又免除了利息费用；对电商平台来说，“先用后付”可以鼓励消费，提升交易额。

然而，这种“先用后付”却暴露

出不少问题。比如“开通容易关闭难”，“先用后付”被平台设计为默认开启，即未经消费者知情并同意，下单时被迫使用该功能；但关闭时，不仅关闭键难找，而且遇到未完成的订单还无法进行关闭。

再如，容易造成错误下单。如果不启用“先用后付”功能，消费者在网上购物时，下单支付需要手动逐项操作，一般不会出错。而默认启用的“先用后付”，部分消费者在浏览购物网页时，稍不留神会误点某些商品下单成功，表面看是“0元”拍下商品，但后续会被扣款，那么消费者稍不留神就会出现“误消费”。

这些问题都侵害了消费者的合法权益。不管是默认开启，还是难以关闭，或是“误消费”，都侵害了消费者的“选择权”。众所周知，消费者

在电商平台购物时，一般会对品牌、产品规格、价格、支付方式等情况进行了解和选择，然后才能下单购物。而“先用后付”简化了购物流程，也把消费者的选择权“减”掉了。

我国《消费者权益保护法》第九条规定，消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。对比可看出，“先用后付”让选择权打了折扣。

因此，电商平台可以推出“先用后付”，但用不用该功能，必须将选择权还给消费者，这不仅是对消费者权益的尊重和维护，也能防止“误消费”带来的消费纠纷。如果

不能由消费者来选择使用该功能，消费者就有理由怀疑，电商平台通过“先用后付”诱导消费。

电商平台有必要将消费者选择权“置顶”，既要将是否启用“先用后付”交由消费者决定，也要提供取消该功能的便捷渠道。对于消费者没留神就“0元”拍下的商品，电商平台应该纳入无理由退货体系，提供便捷的退货退款渠道，而不是给消费者退货设置障碍。

鉴于最近各地消保委收到多起涉及“先用后付”“免密支付”的投诉，消协组织可以侵犯不特定消费者合法权益为由，对相关电商平台进行规范；地方市场监管部门应当督促电商平台整改，为线上消费创造更加合规、安全的环境。

(来源：光明网)



以案促改

为纵深推进群众身边不正之风和腐败问题集中整治，贵州省纪委监委11月4日对全省近期查处的8起群众身边不正之风和腐败问题典型案例进行公开通报。

新华社发 朱慧卿 作

■ 茅亩

靠“情感导师”挽回感情太不靠谱

近年来，在各类社交平台上，情感咨询相关内容颇受关注。但是，此类服务也存在诱导高额付费、咨询师与机构资质不明、合同暗设霸王条款、服务完成度难以界定等诸多问题。(11月4日《工人日报》)

据报道，一名女性与男友分手后为挽回感情，先后支付了99元、2980元购买一对一沟通课程和专业顾问指导方案，最终却未能成功复合。另有一名男性，前后花了约2万元购买情感咨询服务，想让情感咨询师帮助追回自己表白失败的女生，同样没能成功。之后他想终止服务和申请退费，却遭涉事机构威胁：如果坚持退费，将进一步

破坏他和那名女生的关系。

这些所谓的“情感导师”“情感咨询师”，其实很不靠谱，且往往涉嫌诈骗。他们打着情感与心理咨询服务的幌子，所谓资质证书都不是官方机构认定——据介绍，2017年起人社部取消了心理咨询师相关资格认证，目前并不存在具备官方效力的此类资格证书。此前，武汉警方披露一起诈骗案件，涉案的多名“情感导师”年龄仅20余岁，之前的职业是厨师、汽修工等。

同时，在咨询过程中，消费者可能泄露自己和前男友或前女友的个人信息，存在个人信息被非法使用的风险。一旦上了“情感导师”的圈套，还可能面临退费纠纷

及其他麻烦。

还应注意，有的“情感导师”虚头巴脑忽悠人，输出偏狭、错误的婚恋观念。有的在自己的所谓课程资料中，大谈特谈“爱的能力”，却并没有明确的说明与分析，甚至公然宣扬不正确的婚恋观。

对于这类情感与心理咨询服务乱象，需要相关机构依法治理，也需要消费者对婚恋关系有清醒、理性的认识，要看到婚恋关系本质上考验的是双方的相处能力和全面素养。这种能力和素养，不是简单的你侬我侬的情感依恋和喜爱，而是关涉多个层面内容的综合性构成，包括各自的个性特点、与异性相处的能力、社会交往能力、收入水平等，且往往会受到各自家庭背景、成长过程、工作生活现状等因素的影响。

婚恋双方情感的破裂，往往有着具体且复杂的原因。在此情况下，不顾或无视真实的实际，想当然寄望于“情感导师”帮自己挽回感情，就可能走入误区，徒耗钱财、精力和时间，甚至陷入法律纠纷及多种麻烦之中。

因此，在修复婚恋关系问题上，与其求助于不靠谱的“情感导师”，不如不断加强学习和修养，全面提升与人特别是与异性相处的能力，在婚恋关系中尽好自己的责任和义务，努力做好合格和优秀的自己。

(来源：北京青年报)

■ 益西次旦

让冬游西藏 更有魅力

前段时间，有关西藏题材的电视剧《日光之城》热播，再度掀起旅游西藏的热潮。前不久，西藏自治区文化和旅游厅在西藏大剧院举办2024年“向光向上·冬游西藏”启动仪式系列活动，再次让冬游西藏圈粉无数。

让冬游西藏更有魅力，需要扩大西藏的朋友圈。冬游西藏已历时六年，今年是第七个年头。冬游西藏为畅游西藏注入了动力，拉动西藏的旅游收入，2023年西藏旅游收入达651亿元，其中冬游西藏活动作出了很大贡献。要让冬游西藏更有魅力、无限圈粉，还需扩大西藏的朋友圈，驴友圈一直流传着一句话“人的一生，不来西藏旅游一次，将会悔恨终生”。目前西藏的朋友圈主要是对口支援省市，特别是西藏7个地市与对口支援省市交流深入、交往密切、交融到位，但与非对口支援省市交流交往交融不充分、不到位，应当加强与非对口支援省市扩大旅游交流、学习旅游发展经验，特别与四川、云南、甘肃、青海、新疆五省区加强联动，共同推出知名的冬游西藏大环线、精品线路，做大做强做优冬游西藏。

让冬游西藏更有魅力，需要完善旅游基础设施。四川、云南、青海等省与西藏有着相近的旅游资源，但旅游基础设施建设水平较之西藏稍高一些、略胜一筹。要让冬游西藏更有魅力、无限圈粉，需要进一步加强西藏辖区旅游基础设施建设，抓好高速公路、二级公路、川藏铁路、定日、普兰、隆子支线机场、自驾友好型等交通网络旅游综合设施建设，加快打造G318、G219线旅游精品大道，升级西藏域内国道沿线旅游观景台、标识标牌、停车场、旅游厕所等公共服务设施，推动西藏域内A级旅游景区、国家级和自治区级旅游集散中心服务功能提质增效，积极推进智慧旅游基础设施建设，助力冬游西藏更上一层楼。

让冬游西藏更有魅力，需要加强冬游宣传力度。从2018年首轮冬游西藏开启以来，每年冬游西藏的游客人数不断攀升，不过仍有不少游客不了解冬游西藏的优惠政策，冬游西藏的知晓率需进一步提高。要让冬游西藏更有魅力，应当采取线上线下大力宣传冬游，让冬游西藏成为中国人民旅游生活中的一种新时尚、新潮流。比如，利用媒体APP、微信公众号等新媒体加强“向光向上·冬游西藏”系列活动宣传，全面宣传第七轮“冬游西藏”市场促进奖励(补助)优惠政策实施方案，推动区内外旅游社、航空公司、民宿、酒店、景区全面参与冬游西藏活动中；还有，可以学习第七轮冬游西藏启动会上的经验，邀请对口支援省市、四川等周边省市代表，以及俄罗斯、泰国、德国等国际旅行商代表，共同开发拓展冬游西藏旅游市场，使之成为常态化措施，让冬游西藏越来越红火。



依法处置

记者11月4日从民政部获悉，2024年前三季度，各级民政部门共依法处置非法社会组织659家，其中取缔152家、劝散383家、引导登记124家；发布涉嫌非法社会组织名单105个。

新华社发 朱慧卿 作