



为你，十年又十年

“诚信老爹”吴恒忠的“犟”故事

新华社重庆7月30日电(记者周文冲)记者眼前的吴恒忠,小个子,精瘦,四条皱纹深嵌在额头上。

这是一个能干的庄稼人,一个人种了72亩地;这个很犟的老头儿,硬是用10年做成了一件谁都觉得做不成的事;他做的一切,不仅仅是为自己,更是为他逝去的儿子。

“人就是讲个信字”

为儿子做最后一件事

重庆市潼南区花岩镇坐落在一块形如莲花的山岩上。半山腰的绿树丛中,是吴恒忠家的二层小楼。小楼建于2002年,是村里最早盖起的楼房,曾让不少村民邻里羡慕。那时,村里人说,这两个男人都能干,儿子吴君开车跑运输走南闯北,父亲吴恒忠地里的活路样样拿手。父子俩相信,不出几年,买车建房借的几万块钱都能还完。

一场突如其来的车祸改变了一切。房子盖好的第二年,儿子出事了。那天,在一个被撞烂的摩托车旁边,吴恒忠看见躺在地上的儿子,任凭呼天喊地,老泪纵横,怎么也唤不回不满30岁的儿子。

处理后事,吴恒忠想到,儿子生前借的钱还没有还完。村里的习俗,儿子借钱不一定要打借条,但必须有家里长辈当见证人。儿子借的每一笔钱,吴恒忠都在场,他对着账本算了一下,欠了19万元。

这不是一笔小数目。吴恒忠和老伴一年到头在地里辛苦,省吃俭用,也存不下几个钱。那段时间,他每晚都坐在儿子坟前,琢磨着怎么办。借钱给他的亲戚朋友也知道他家的情况,没有一个人上门要债。“老吴,欠账就算了,娃欠的你没关系。”“老吴,这时你就别逞能了,你拿啥子还钱?”……大家纷纷劝他。

但老吴决定,必须要替死去的儿子还钱。“我是当过兵的人,过去当通信兵送信,要求我12点钟把信送到,我就绝不会晚到1分钟。人就是讲个信字。儿子和我一起借的钱,他还不了就我来还,要是不还完,对不起儿子。”

“我的儿,你安心走吧,爸一定都帮你还上。”当时年近花甲的吴恒忠下定决心。他知道,这是他作为父亲,为儿子做的最后、也是最重要的一件事。

“还一点就少一点”

一个农民的极限付出

吴恒忠打定主意,早一天把钱还完,早一天完成对儿子的承诺,他就早一天心安。

盛夏时节,太阳把土地烤得龟裂。吴恒忠出了院子顺着坡向下走,穿过一大片绿油油的花生田,来到自家菜园,绕在架子上的四季豆可以收获,第二天要赶场,他摘了满满一背篓豆子。他一次背100斤去卖,1元钱1斤。

为了赚钱还债,吴恒忠想到的办法就是扩大生产多种地。他把每一分土地都利用,房前屋后见缝插针种满了果树和蔬菜,村里的撂荒地也种上了庄稼。这样还不够,他又开了一大片荒地。将原来的5亩承包地增加到72亩,在大面积机械化耕种难以实现的西南山区,这几乎是一个农民的极限。

老伴患肺心病多年,地里活



▲吴恒忠在重庆市潼南区花岩镇龙怀村自家大棚里劳作(6月6日摄)。 新华社记者周文冲摄

几乎全靠吴恒忠一个人。他早上天不亮就下地干活,晚上天黑打着手电筒接着干,回到家经常是又困又乏,晚饭不吃倒头就睡。有一点收入他就去还钱,最少的一次还了50块钱。一年下来,吴恒忠还了1万多元。“还一点就少一点,总算有个盼头。”吴恒忠说。

2013年冬天,老吴还剩下最后一笔2000元的欠账。他坐车去四川泸州,没有提前与对方联系。因为以前他还钱时提前给债主打电话,结果对方无论如何也不要他的钱,有的甚至还躲着他。为了让对方收下钱,他只能“突然袭击”。这一次,钱收下了。

就这样,儿子留下的19万元欠账,在10年后,终于由父亲全部还完。那一次,对方想留他在泸州休息几天,可他急着赶回老家——他要告诉儿子,父亲做到了。

“我宁愿再苦10年”

父爱之花芬芳人间

吴恒忠替儿还钱在当地传为佳话。2013年,他被评为第四届全国道德模范,被称为“诚信老爹”。镇上给他做了一套新衣服去北京领奖,乡亲们在春节联

欢晚会上看到了他。回到村里,他换上干活的衣服,挽起袖子扛着锄头,又下田去忙活了。72岁的他,还在种地。

“我是一个庄稼人,干活习惯了,人老了睡眠也少,让我干不干活我还难受。”吴恒忠说。为了增加产量,他把蔬菜大棚加高了2米。村民说这么改行不通,他的犟脾气就上来了:“万一我就成功了呢?”

相关部门前来慰问,他提前把一楼屋内的墙重新粉刷了一遍,自己住的二楼为省钱没有粉刷。他向领导提了一个要求,取消他建档立卡贫困户的资格,“把扶贫资金给更需要的人,我自己还能养活自己。”

他用政府给的奖金买了几头小猪精心伺候,每天喂两次,都是玉米、细糠和麦麸。“等到腊月,我把养好的肥猪送人,送给谁现在我不说,到时候你们就知道了,我不能放空炮。”吴恒忠说。

他走到儿子的坟头前,左侧一丛红色的美人蕉如火一般艳丽,右侧一丛白色的栀子花淡雅绽放。“这是我儿子最喜欢的两种花,我专门给他种的,陪着他。”吴恒忠说。

父亲告诉儿子,自己有一个新目标。“债还完了,我还要把这个家带起来,我还要帮助更多人,我宁愿再苦十年。”吴恒忠说。

让诚信成为生活必需品

新华时评

民无信不立,国无信不昌。诚信不仅是个人安身立命的根本,也是社会良序发展的基石。“诚信建设万里行”主题宣传活动阐释诚信建设内涵、解读现行制度政策、介绍当前实践做法、剖析典型案例,就是要大力营造“知信、用信、守信”的良好氛围,进一步让诚信成为生活的必需品、人生的通行证、人品的试金石。

诚者,天之道也;思诚者,人之道也。诚信是中华民族的传统美德,是民本、家风、国魂,既是基本道德、共同信仰、基础文

明,也是做人理念、处事规则、社会契约。

不宝金玉,而忠信以为宝。古往今来,中华民族涌现出一批批诚信楷模,无论是劈山修渠的黄大发,还是替子还债的诚信老爹吴恒忠,他们以信立身、以身为范,以范为德,用感人的事迹、高尚的行为、榜样的力量感染、鼓舞、引导人们塑造诚信形象,树立诚信社会风尚。

人无信,不知其可也。在市场经济发展过程中,一些人商业欺诈、合同违法、制假售假、偷逃骗税,为追逐金钱不择手段。这些失信败德甚至是严重违法行为破坏市场秩序,损害群众利益,严重损害社会诚信体系,令人民群众深恶痛绝。

诚信需要德治教化,更需要法治保障,把失信行为关到制

度的笼子里。必须对失信者建立黑名单制度,通过“诚信档案”“诚信红黑榜”等强化信用约束;对侵权假冒、坑蒙拐骗等违法违约行为要公开曝光、坚决整治,真正让失信者受到惩戒和震慑;必须加强信用信息共享和信用联合惩戒,推行个人信息安全、隐私保护与信用修复机制,完善联合激励守信、惩戒失信制度。

当前,国家正在以信用立法推进社会信用体系建设,相关部门必须齐抓共管、形成合力、持续发力、久久为功,大力营造“守信者荣、失信者耻、无信者忧”的诚信社会环境,真正做到让守信者“一路畅通”、失信者“寸步难行”。

(记者李云平)新华社北京7月30日电

订不到低价机票全因“运气差”?

看得见摸不着的“早鸟票”背后恐有猫腻

德里的往返航班,在随机挑选航班、选择价位最低的出票方案并填写旅客个人信息后,当记者点选下一步时,APP弹窗提示“很抱歉,您预订的价格舱位已经售完,请重新选择”。记者随即又选择了相同时间由上海往返悉尼的随机航班,在订单提交环节得到了相同的弹窗提示。

同样的问题也出现在去哪儿网APP端,在多次选择往返目的地的低价航班,点击支付时会弹出“该价格余票已售罄,请重新搜索”的提示。

究竟是“运气太差”还是另有猫腻?

记者在社交平台搜索后发现,孔先生和胡女士的订票遭遇并非孤例,类似情况的反映从2012年起就没有间断过。在联系携程后孔先生得到客服答复——APP端展示价格比后台机票实际价格低600余元致使机票订单无法提交,如有需要,可通过后台实际价格帮助孔先生下单。“闹了半天携程给的低价是假的,在与携程纠缠的这段时间里眼看着机票价格上涨。”孔先生生气地说,在向携程客服投诉该问题后,他甚至还被怀疑是有意“碰瓷”。

记者就自己在订票测试中的遭遇询问携程客服,对方回复称后台并未找到记者所提供的低价航班组合,并表示可通过电话端帮记者订票,但价格会高于APP端显示价格。

业内专家表示,规模较大的OTA平台国际机票会有约5%的订单因“变价率”(机票价格实时变动的概率)造成支付失败,但类似“连订单都无法提交”且“连续多日无法购买同一往返地机票”的情况并不多见,其中不排除有“独特”的产品设计逻辑。

各方都应勇于向涉嫌价格欺诈行为“亮剑”

根据第三方大数据分析公司易观数据显示,携程和去哪儿在2018年第一季度仍占据我国在线机票预订市场的前两位,市场份额分别高达37.5%和20.8%。

记者在采访中了解到,在机票预订过程中遭遇类似情况,大多数人认为只是“运气欠佳”所致,并未向有关部门投诉。专家认为,改善行业环境需各方努力,对涉嫌价格欺诈的行为要勇于“亮剑”。

福建瀛坤律师事务所张翼腾律师表示,根据价格法和消费者权益保护法的有关规定,平台不得使用虚假或使人误解的价格手段诱导消费者进行交易。消费者在遭遇疑似价格欺诈行为时,可向平台所在地的市场监管部门举报,由行政执法部门对涉事平台开展调查取证工作。

浙江大学光华法学院互联网法律研究中心主任高艳东表示,相较于互联网企业低廉的违法成本和消费者高昂的维权成本,不对等的博弈关系并不能促进消费者维权意识的养成,也不利于行业的健康发展。高艳东建议,有关部门可考虑在处理互联网企业与消费者的消费纠纷时采取举证责任倒置的思路,让失信企业在行业内寸步难行。

“用户会用脚投票的。”资深互联网观察人士尹生说,互联网行业的发展经验表明,任何不诚信行为都会被放在放大镜下拷问,相关企业不应抱有任何侥幸心理。

携程方面在对记者采访函中表示,机票预订订单提交不成功是极少数情况,并非携程的主观故意行为,并且该情况在行业内普遍存在。目前,携程机票部门已将前述问题作为重点项目,在内部开展研究改进工作。

新华视点

新华社济南7月30日电(记者王阳)“没有中间商赚差价,卖家多卖钱,买家少花钱。”通过多渠道、高频次的广告投放,瓜子二手车直卖网这句广告语近年来令人耳熟能详,火遍全国。

记者调查发现,瓜子网宣称的“没有中间商赚差价”与实际操作并不相符,其“包卖”服务从个人手中收车销售,同时还有中间商在平台上买卖车辆。

号称“没有中间商”自己却收车来卖

近日,记者通过瓜子网APP预约购买一辆日产轩逸轿车。车主介绍车辆道:我的这辆车刚用了一年多一点,主要是日常代步,假期偶尔出去自驾一下。为了腾指标,需要出售,有喜欢的朋友联系我看车吧!

记者向瓜子网济南销售人员提出见车主谈价格。这位销售人员说,可以约车主,但是怕车主没有时间。随后对记者说,这是“包卖”车,公司从个人手中收来的车,价格已经定了,没有跟车主谈价格的环节。

“车况佳、车主着急卖的车,我们会收过来做‘包卖’服务。瓜子先付给卖家八成车款,保证车辆在一段时间内卖出,之后再付全款。如果车主不着急卖,就挂在二手车个人交易栏目中。”另一位销售人员说。

记者来到瓜子网位于济南的“包卖”车行。车行没有门面店,实际就是一处地下车库的部分区域,其中停放着100多辆待售车辆。

曾在北京市旧机动车交易市场和电商平台做管理职务的王萌给记者算了一笔账:瓜子网“包卖”车要收卖家车价2%服务费,收买家4%服务费、过户费700元上下、GPS安装费约1000元;“包卖”车上架七天内成交必须通过瓜子网办贷款,还要收车款2%的贷款服务费,贷款三年还要收相当于车款3%的金融返利,还没算强制性购买保险,这加起来至少10%的利润。

瓜子网相关负责人向记者解释称,发展“包卖”服务是为了优化客户体验,可以集中看车,其实还是个人对个人的买卖。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌律师分析,瓜子广告中比较明确、具体的承诺与实际履行情况发生背离。首先,买卖双方并非直接面议价格,而是分别与瓜子网签订合同,且看不到对方的合同,中间不透明。其次,瓜子网收取双方多种费用并从中营利,这些费用有些是消费者不能自主选择的。

记者注意到,瓜子网在广告中表明“仅为信息发布平台”,但在裁判文书网上,多份法院此前的案件判决书认定,瓜子公司是“有资质的中介公司,系合同居间服务方”。

号称“直卖”但平台上却有二手车商做买卖

记者调查发现,除了平台自己收车来卖,瓜子网有员工还将一些优质二手车源直接卖给了二手车商,一些二手车商也通过瓜子网销售车辆。

曾在瓜子网任职多年的管理人员张某介绍说:“如果是关系好的车商,就经常合作卖车。只要车主同意,车商觉得车况好有利可图,就很快促成交易。”

上海静安法院今年6月判处一起案件,当地瓜子网销售主管纪某,利用提前看到车辆评估信息的“优先权”,把质量好、价格便宜的车辆给车商。与他相熟的二手车商迅速完成交易后,将好处费转账给纪某。而别的客户如果想约看车辆的话,销售主管纪某就会让销售员以车主联系不上、不想出售的缘由推脱掉。纪某被判处拘役5个月。

还有消费者反映,在瓜子网上买到了二手车的车。针对这一情况,瓜子网的一名销售人员并不掩饰。他告诉记者,确实有这种情况。

张某说,二手车中间商在瓜子网上卖车情况以前多,现在少了。原因是“行情不好,瓜子自己的车都卖不完”。

记者拨通瓜子网客服电话,对方表示,只要个人车证照齐全,平台就可以挂售,并没有其他验资手续。

多位业内人士表示,线下二手车商实际是瓜子网交易链的一环——车商既可从平台上购入车辆,又可卖给个人消费者。因此,不能说瓜子网平台上没有中间商。

瓜子网有关部门负责人表示,无法保证平台上100%没有车商买卖车辆,将二手车卖给车商是销售人员的个人行为。车商挂车销售也是平台抵制的,一直以来,企业都在严查严惩,这种情况是行业发展中的阶段性问题。

专家建议修改广告词

中国人民大学法学院教授刘俊海说,瓜子网广告自称直卖网,也就是C2C模式——消费者个人之间的电子商务行为,但实际上,其商业模式实际上已经包含B2C,即企业对消费者的买卖关系。这种情况应该明白无误地告知消费者。该广告涉嫌虚假广告、误导性陈述。

事实上,今年4月,北京市工商局丰台分局就因广告“卖家最高多卖20%”等表述“表示不清楚、不明白”,处罚瓜子网母公司车好多旧机动车经纪(北京)有限公司30万元。

“一般来说,在C2C商业模式中,电商平台以信息服务提供促成交易,企业通过服务、交易环境而获取收益,这种服务商品是否收费、具体包括哪些费用等均应明确。但瓜子网的广告却做了一种模糊处理。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说,广告误导了消费者,造成行业不正当竞争,涉嫌违反了广告法、反不正当竞争法、消费者权益保护法等。

“瓜子网广告让消费者以为能够降低成本、获得最大利益,这种宣传是有缺陷的。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

有专家认为,瓜子网的广告需要修改。“广告最重要的是真实性、合法性。实话只说一半等于撒谎。”刘俊海说。

中国汽车流通协会常务理事贾新光认为,应健全二手车交易制度,包括注重诚信、车辆档案透明可查、形成价格参考标准等。

专家建议,企业应对消费者履行信息披露义务,全面尊重消费者的知情权、选择权、公平交易权、安全保障权。另外,监管部门应对企业广告打擦边球的行为进行处罚,维护消费者权益。

二手车买卖「没有中间商赚差价」? 听起来很美的广告词其实大有水分

