

众议苑

本期关键词

扫码

“不扫码，寸步难行。”北京市平谷区的王女士几天前开车出某停车场，准备扫码支付停车费时，因天气寒冷，手机卡顿后突然自动关机。她本想用现金支付停车费，却发现停车场只能扫码缴费。于是，她不得不在车里等待了近10分钟，等手机重新开机稳定后才得以缴费离开。

这次经历，让她不禁感叹：“不知道从什么时候开始，停车、点餐、缴费等都要扫码，有的只提供扫码支付服务，离开手机好像什么都干不了了；有的扫码支付前得填一堆信息或关注一堆乱七八糟的公众号，实在让人头疼。”（据《法治日报》）

二维码何以成了“拦路码”

◎ 高佳怡

现在，只要打开手机扫一扫便能轻松实现支付、点单等活动，为我们的生活提供了便利。但是不知道从什么时候开始，停车、点餐、缴费等都要扫码，有的只提供扫码支付服务，离开手机好像什么都干不了；有的扫码支付前得填一堆信息或关注一堆乱七八糟的公众号，实在让人头疼。

我们不否认扫码支付的优势。扫码支付不仅简化了消费者支付流程，还降低了商家的人工成本、提升了商家运营效率。但本应该方便人们的二维码，现在却又带来许多不方便——

扫码支付步骤多，甚至有商家扫码弹窗广告。过于频繁出现的广告导致扫码消费流程不畅，降低了效率，广告内容还存在误导。扫码支付需注册，强制收集个人信息。扫码

付费时，商家常要求消费者关注其公众号，填写个人信息成为会员享受折扣，或通过公众号、小程序自动获取电话、生日、地理位置等个人信息，过度收集消费者信息。

扫码支付成了唯一选项而无人工服务。商家为了降本增效，直接取消了人工服务，给无法扫码支付的消费者造成不便，也侵害了消费者的公平交易权。

种种不便，其本质上是商家谋取利益最大化，不考虑消费者的感受。清除这种障碍，既需要有关部门帮助消费者依法维权，还需要商家尊重顾客，以实际行动保障现金支付、刷卡支付等的选择权，而不是以牺牲消费者的体验和选择权来“降本增效”。

别让强制扫码成了“打不死的小强”

◎ 张国栋

王女士遇到的问题，算是一个老问题。需要注意的是，时下，越来越多的地方或环节要扫码才提供服务：点餐买票要扫码、停车缴费要扫码，甚至回家进出单元门也要扫码。如果拒绝扫码，要么遭受冷遇，要么干脆办不了业务、享受不了服务，尽管大家对此都有怨言，却都无可奈何。许多时候，强制扫码成了绕不过的门槛、“打不死的小强”。

扫码有方便快捷等优势，也是时代发展和社会进步的体现，但一旦频繁出现且带有强制性，就多样变味了。一方面，扫码有时并不是在给使用者做“减法”，反而是做“加法”，增加使用成本；另一方面，一些扫码行为存在个人信息泄露的风险。

事实上，强制关注、过度采集信息等涉嫌违反《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规。在此前提下，一些商家仍然要求消费者扫码，进而让其成了“打不死的小强”，除了装聋作哑，根本原因就在于有利可图。比如借助扫码，商家既可以

有效降低运营成本，还能采集相关信息数据，精准地为用户画像，推送更符合用户习惯和需要的广告；还有商家将收集到的信息转卖出去，获取非法利益。

专家表示，规范扫码服务，应当既给商家或单位提供便利，又能够提升用户体验，这才是双赢。这是非常中肯的。要达到和谐双赢，首先，商家要严守法规，充分尊重公众的选择权；其次，要对症下药，进一步畅通监督举报和纠纷调解渠道，促使商家扫码服务行为规范；再次，要严格监管，加强涉个人信息黑灰产业链治理，避免人们因扫码而产生信息泄露等问题。此外，广大消费者也要“觉醒”，对强制扫码勇敢说“不”；如果因为扫码使权益受到侵害，要及时向相关机构投诉或寻求法律途径来维护自身权益。

维权扫码还需公益诉讼接棒

◎ 张淳艺

王女士的遭遇让我想起前不久北京三中院通报的一起餐厅强制顾客扫码点餐获取个人信息且无法删除的案例。据报道，孔某至某餐饮公司用餐时，个人信息被商家获取，取消关注该公众号后仍无法自行删除。法院判决该公司删除孔某个人信息，书面告知孔某其个人信息的处理范围和方式，向孔某书面赔礼道歉，赔偿孔某为保全证据花费的公证费用5000元。

近年来，扫码点餐服务在餐饮行业迅速兴起普及。然而，有的餐厅却在“扫码”和“点餐”之间增加了一道程序，不关注微信公众号、不授权商家获取个人信息就不能点餐。商家这样做的目的，无非是为自己的公众号引流，提高知名度和影响力，有针对性地推送营销信息。然而，此举却侵犯了消费者的合法权益。

《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定，消费者享有公平交易的权利，有权拒绝经营者的强制交易行为。扫码点餐强制关注公众号，就属于“不公平、不合理的交易条件”，侵犯了消费者的自主选择权、公平交易权。同时，根据《中华人民共和国个人信息保护法》，处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。消费者姓名、手机号、生日、地理位置、通讯录等个人信

息，就与行为无关。商家通过扫码关注公众号获取上述个人信息，有悖于收集个人信息的“正当、必要”原则，涉嫌过度收集。如果保管不善，还有泄露、丢失的风险。

对此，一些地方和部门已经开始加强对强制扫码的执法监督，一些消费者也主动运用法律武器进行诉讼维权。

不过，应该看到，考虑到时间和精力成本，指望每个消费者较真维权并不现实。拿北京三中院通报的这起案例来说，孔某虽然打赢了官司，商家只是赔偿了孔某为打官司花掉的5000元公证费用。这样的结果，不足以鼓舞和带动更多消费者站出来维权，也无法对商家形成有力震慑，打消其侥幸心理。

所以，在为孔某勇敢维权点赞之余，更希望公益诉讼主动接棒。2023年6月19日，中国消费者协会曾表示，将在全国范围内开展“反对强制关注公众号”消费监督工作，委托专业维权志愿者对线索进行汇总、分析、整理，并视情节采取提示警示、约谈劝喻、支持消费者诉讼、提起消费民事公益诉讼等方式。期待各级消协组织切实扮演好“娘家人”角色，积极开展关于强制扫码的公益诉讼，维护消费者合法权益。

会说话的红绿灯，“讲述”动人的关爱善意

“现在是绿灯，行人请通过人行横道。”1月6日中午12点30分，在成都市青羊区双清中路与锦西路交叉口，一旁的红绿灯正在对实时路况进行语音播报。从锦西路右拐约1公里，两个大交通口的红绿灯也都安装了语音播报器。（据《成都商报》）

作为公共交通信号设施，与之前相比，会说话的红绿灯也许在技术上只是一个小调整，但其设计安装却释放出浓浓的善意，凸显出城市管理者的建设者对特殊群体创设无障碍环境的积极主动。

红绿灯发声，“讲述”动人的关爱善意。除了盲人以外，低视力、色盲、高度近视人群，甚至是对日益增多的“低头族”，这种红绿灯都能提供额外“保护”。

与此同时，有关部门在设置此种红绿灯时应充分考虑少扰民、不扰民，对播报时间段、音量控制等都进行科学设计。

相信随着《中华人民共和国无障碍环境建设法》的深入实施，无障碍设施将会越来越普遍、越来越人性化，这也切实提升了整个社会的幸福指数。

“科目三”爆火，是一种镌刻时代印记的“礼乐文明”

◎ 张全林

民乐版“科目三”来了。新疆的脖子，内蒙古的肩，西藏的袖子搭两边，壮族三月三的音乐响彻天，中华民族共舞同心圆！唢呐（壮族唢呐）吹出的“科目三”，民族元素拉得满满，火遍了全世界。近日，杨丽萍团队、德国健身达人帕梅拉跳“科目三”的话题还冲上微博热搜。网友们纷纷热议，广西“科目三”不会还要上春晚吧？

国内大众文化领域很久没有爆火的新梗现世，直到最近一种被称为“科目三”的舞蹈异军突起。“科目三”的来历，一种说法是这种编舞来自于广西人的婚宴，而跳舞是广西人继唱山歌、嗦米粉之后的“科目三”；另一说法则是称这个舞蹈来自一个通过了机动车驾驶证科目三考核、在现场跳舞庆祝的素人。不管怎样，其来源究竟为何已经不重要，当下只要点开“科目三”舞蹈的视频，就能感受到扑面而来的欢快和张扬。可见，“科目三”是一种文化超越，能够传递情感能量，产生新的愉悦和满足。

“科目三”火出国，缘于文化的感染力。生活中广西人都很喜欢跳舞，有网友

评论，原来这就是广西“科目三”。如今，就连世界顶尖舞者也跳起“科目三”，俄罗斯皇家芭蕾舞团、拉丁舞大奖赛的舞者、世界街舞冠军……诸多专业舞者下场，说明尽管存在文化和语言差异，但世界各国的文化情绪表达有很多共性。“科目三”契合了大众审美需求和情感需求，又植入了全球网络文化基因，可复制性、可传播性较高，很容易在全世界传播。“广西不大，创造神话”，一段舞蹈，就可以让世界各地共享欢乐，这就是中华文化的独特魅力。

文化自信，很重要的基础就是推动中华优秀传统文化创造性转化创新性发展。打破传统文化与现代生活之间的界限，在文化创新中实现传承，是推进文化自信自强的重要方式。坚持古为今用、推陈出新，把中华优秀传统文化精华与时代贯通起来、同人民群众日用日用的共同价值观融通起来，与时俱进，才能愈来愈坚定文化自信。源于广西的舞蹈，由扭胯、摆花手、小连步等丝滑的动作组成，搭配京剧唱腔的背景音乐，就有了鲜明的中国风特色。

文化传承弘扬是基于点滴积累的宏观气象。作为“科目三”的音乐标配，《一笑

江湖》原曲本是描绘武侠世界的沧桑与孤独，被改编成DJ舞曲版本后，这首歌变得节拍强劲、轻快、时髦。曲中的戏腔一唱起，肤色、语言各异的人们就开始在世界各地的街头扭起花手、摆动胯部、滑动双腿，如入无人之境。武侠文化意蕴，本是传统的，其携带的价值标准，配上时代元素，仍然活力焕发。“科目三”爆火并不一定是因为舞蹈优美，更在于其传递出了快乐、随性的传统生活价值追求，反映了当代年轻人对于生活的态度，是一种镌刻时代印记的“礼乐文明”。

守护好中华文脉，借时代躯体，才能让中华优秀传统文化活起来，进而扩大中华文化的影响力。一座座古都、一处处遗址、一件件文物、一册册典籍，抑或千姿百态的民族地域风情、淳朴民风民俗，都是深厚的文化积淀，都是坚定文化自信的重要源泉、推动文化创新发展的宝贵资源。深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的时代价值，注重创新转化，才能让中华优秀传统文化焕发新活力、展现新魅力，让人们在历史之旅、文化之旅、精神之旅中增强民族自豪感、文化自信心和历史主动性。

期待更多老厂房焕发新活力

◎ 刘予涵

在江苏南通，老厂房改造而成的文化创意产业园和创业园，不仅打造出形式多样的消费新场景，吸引了越来越多游客前往体验打卡，还形成了集办公、运动、美食、娱乐于一体的产业集群。（据《江海晚报》）

随着城市化快速发展，城区里的工业企业外迁，一些地块上的老厂房逐渐被废弃。老旧厂房作为工业发展的遗存，如果任其闲置，既占用城市空间，又影响城市颜值，但换个思路看，老厂房承载着人们对过往年代的情感记忆，有着独特价值的宝贵资源，如果改造得当，利用充分，让这

些工业遗存的价值再生，遗存不仅可以变为遗产，带来一定的商业和文旅效益，还能延续城市的文脉，为城市留一抹“工业乡愁”。

近年来，一些城市对一些废弃老厂房进行改造，通过挖掘文化元素、引入多元化业态等方式，改建成现代文创产业园或历史文化商业街区，精心打造集餐饮、购物、策展和体验等于一体的城市聚场。比如，北京798艺术区、杭州双流水泥厂、成都市东郊老工业区等老厂房改造，都是成功的案例。这样的开发再利用，既传承了城市的发展历史，又盘活了城市存量土地资源，也让昔日老厂房焕发出新的活力，

实现了新旧动能的转换，成为经济发展的新亮点，无疑值得称道。

承载着时代记忆的老厂房，是城市文脉的珍贵财富。赋予老厂房新的功能和价值，与吃住游玩娱购等业态有机融合，让工业遗迹在蝶变中浴火重生，成为生机盎然的文创产业聚集地，让居民切实感受到城市的变化和生活的美好，是城市更新需要探索研究的一项课题。期待各地能够从一些城市老厂房嬗变中获得启示，推进工业遗存资源升级改造，让越来越多老厂房实现华丽转身，变身为富有生机、商机、活力的新地标，成为城市的闪亮一隅，以及市民吃喝玩乐的好去处。

“隐藏特产”不能光靠“尔滨”带火

◎ 王琦

“作为吉林人，还真不知道本地产蓝莓！”“黑龙江产蔓越莓？它不是进口的吗？”“四川产鱼子酱？还出口到国外？”正在中国东北涌动的冰雪旅游热潮，意外挖掘出这个国家南北多地的“隐藏特产”。一些特产因超出网友对家乡特产的认知而引发广泛讨论，并逐步演化成新的网络热点。（据中国新闻网）

最近，“尔滨”带起一出“全国特产大摸底”的好戏，挖掘了众多“隐藏特产”。贵州网友惊叹于自家的铜仁盛产抹茶；上海网友做梦也没想到，崇明竟然出产藏红花；安徽网友也奇怪，六安还盛产世界三大珍肴之一的鹅肝……网友纷纷感慨，自己好像也被家乡蒙在鼓里。特产特产，竟是“特地背着本地人生产”？

在这一现象背后，我们不得不思考一个问题：为什么这些特产之前一直“隐藏”，直到现在才被发掘出来？一个不可忽视的原因是，这些特产缺乏知名品牌。在当今这个信息爆炸的时代，品牌已经成为消费者选择产品的重要依据。一个响亮、有信誉的品牌，往往能够吸引更多的消费

者，带动产品的销售。然而，这些“隐藏特产”在之前并没有打造出属于自己的品牌，或者品牌知名度不高，导致消费者对缺乏了解，限制了其市场销路。

事实上，很多地方的特产都有着独特的品质和口感，但由于缺乏品牌意识和有效的推广手段，一直难以打开市场。这也反映出一些地方在发展特色产业时，过于注重产品的生产和加工，而忽视了品牌建设和市场营销的重要性。如何才能让这些“隐藏特产”真正走进市场，而不仅仅是一时的偶然事件带动呢？

首先，加强品牌建设。品牌是产品的灵魂，是消费者认知产品的重要途径。对于特产来说，要想在市场上立足，就必须打造出属于自己的品牌。这需要地方政府和企业共同努力，加大品牌宣传力度，提升品牌知名度和美誉度。同时，还要注重产品的包装和设计，使其更符合现代消费者的审美需求。

其次，拓展销售渠道。除了依靠旅游带动销售外，还应该积极开拓其他销售渠道。比如，可以通过电商平台进行线上销售，利用物流网络将产品销往全国各地；

也可以与大型超市、商场合作，设立特产专区或专柜，方便消费者购买；此外，还可以参加各类农产品展销会、博览会等活动，展示产品特色，吸引更多客户。

最后，注重产品创新。时代在变，消费者的需求也在变。对于特产来说，要想保持长久的竞争力，就必须不断进行产品创新。这包括改进生产工艺、提升产品品质、开发新产品等方面。只有不断满足消费者的新需求，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

“尔滨”带火“隐藏特产”是一个好的开始，但要想让这些特产真正在市场上站稳脚跟，还需要做很多工作。“隐藏特产”走进并不是一蹴而就的事情，需要政府、企业和社会各界的共同努力。政府应该出台相关政策，扶持特产产业的发展；企业应该加大投入力度，提升产品品质和品牌知名度；社会各界也应该给予关注和支持，共同推动特产产业的健康发展。只有通过品牌建设、渠道拓展和产品创新等多方面的努力，才能让这些特产真正走进千家万户，成为推动地方经济发展的重要力量。

夜校热

近段时间，各地夜校又得到年轻人的关注。在上海，市民艺术夜校即便“春季扩容”仍是“一课难求”；在长沙，“充电学习”“上兴趣班”成为年轻人“夜生活”的新场景……夜校热反映了当前年轻人对艺术教育的强烈需求，也折射出当下公共文化服务的高质量发展，更彰显出我国学习型社会建设正加快推进，“人人皆学、处处能学、时时可学”的全民终身学习服务体系正加快建设。 王铎作

