

随着网约车市场日渐扩大，问题随之产生：平台低价竞争，服务却在缩水；号称提升用户体验，维权却石沉大海……

便民网约车咋成烦心事

□ 罗明旭

网约车的迅速发展，缓解了城市交通痛点，为人们生活带来了极大便利。然而随着网约车市场日渐扩大，问题随之产生：平台低价竞争，服务却在缩水；号称提升用户体验，维权却石沉大海……面对这些陷阱和纠纷，消费者该怎么办？

家住上海浦东新区的陈华，近来打网约车的经历如同坐“过山车”。

4月初，美团打车推出“乘客前三单能立减14元”的优惠，起步价以内的行程基本白送；滴滴出行推出“明日打车0元起”“下班打车回

家低至0元，上海全城打车单立减14元”等优惠，对上班族颇具诱惑力。

“我上班地点离住处并不很远，扣掉赠送的14元抵用券，回家路费不到1元。”同很多人一样，那段时间陈华约车次数猛增，心里那叫一个“爽”。“爽”了几天之后，陈华开始屡屡遭遇“马甲车”，约的是一辆网约车，来的是一辆网约车，司机绕路半个小时；更有一次被司机“抛客”，陈华只好中途下车。本该便民的网约车，咋成了消费者的烦心事？遭遇消费陷阱，维权该找谁？

中国互联网络信息中心公布的数据显示，截至去年12月，我国网约车专车和快车用户规模已达2.36亿人，同比增幅超40%。中国人民大学法学院教授刘俊海认为，作为“互联网+交通”的创新业态，网约车解决了传统出行的很多痛点，逐渐成为很多人的生活刚需。但急速生长下，泥沙俱下，监管滞后，网约车市场出现消费者权益被侵犯的事件在所难免。

不少业内人士呼吁，对相关平台的垄断争议应引起关注，因为任何一家企业在竞争中独大，消费者

往往就会处于弱势地位，其合法权益应该受到格外的重视。

“网约车消费市场乱象丛生的原因在于市场缺乏系统完整的规范，目前整个行业的模式体系还不健全。”业内人士认为，网约车经济朝着诚实守信、公平公正、包容普惠、多赢共享的商业模式迈进，尤其要注重创新与诚信兼顾，快捷与安全并重，规范与发展并举，实现经营自由与市场监管的有机统一。

此外，行业自律要强化，切实履行平台管理主体责任。中消协有关负责人表示，平台企业要加大审



查力度，建立规范的筛查制度和淘汰制度，确保从业人员与车辆信息的真实性；积极回应消费者关切和诉求，畅通投诉受理渠道，对侵害消费者合法权益的状况必须“零容忍”，严厉杜绝“店大欺客”行为的

发生；平台企业要顺应用户需求变化，积极推进界面管理、操作优化、线路导航、车辆匹配、等待响应、在线支付等环节技术升级，提升从业人员和乘客体验，打造全流程的优质、便捷、高效的产品和服务。

从共享充电宝、共享单车，到共享汽车和共享雨伞，已覆盖交通出行、房屋住宿、知识技能、生活服务等多个领域的中国共享经济已“杀入”奢侈品领域——

共享奢侈品，享吗？

□ 唐小晴



路易·威登(LV)专卖店。张云 摄

供职于湖南长沙某金融公司的戴辰最近要参加男友的同事聚会，她正在为没有上档次的包发愁。经朋友推荐，28岁的戴辰在一奢侈品牌共享平台用一天25元的价格租了一款Gucci限量包。

“也许有人会说我虚荣，但花便宜的钱租名包总比掏空积蓄买要好，还能经常换，何乐而不为呢？”戴辰说。

据中国新闻网报道，从共享充电宝、共享单车，到共享汽车和共享雨伞，已覆盖交通出行、房屋住宿、知识技能、生活服务等多个领域的中国共享经济已“杀入”奢侈品领域。

许多像戴辰一样的中国“千禧一代”（1982年至2000年出生）成为共享奢侈品的主要消费群体。这代人追求时尚，不想追随人群，拥有自己的风格，更乐于分享一切，但收入有限。

记者下载了多个当前在市场

上具有一定知名度的奢侈品租赁平台，它们以品牌和品牌服装两大类为主，还有贵重首饰和名表，租借模式包括交纳押金、交付租金等，都需要用户实名认证。

其中，平台上线品牌包有百余款，包括香奈儿、爱马仕、LV

和Gucci，租赁价格几十元到上百元不等，大部分显示“已出租”。“90后”刘敏是一个奢侈品包“重度爱好者”，她在某奢侈品短租平台租了一款LV包。“我的芝麻信用可抵押金，加上新用户体验优惠，一个月只需32元。非新用户，一天需要28元。”刘敏有点兴奋。

除奢侈品牌包有共享租赁，花钱少、选择多、不占地等优势，共享衣橱也成为一股新兴潮流。

长沙“90后”白领张雨供职于投资界，因常在不同场合约

谈客户，其穿着和造型可谓百变。她为此在多个奢侈品平台租了包、名牌衣服和首饰。

“随意选择自己喜欢的风格，用完不用清洗，打包寄回去就行。关键是打扮大气跟客户谈合作有底气，更可以赢得客户信任。”张雨说，她使用的租包平台注册会员有1000多万。

近年来，共享经济发展迅速并成为中国经济发展的生力军，且向全行业渗透。2017年中国共享经济市场交易额约4.9万亿元，比上年增长47.2%。

有需求，有风险，有烦恼

目前，中国国内奢侈品租赁平台虽大多完成了天使轮、A轮融资阶段，但也面临商品定价、维护、鉴别、损耗等“成长的烦恼”。共享奢侈品能否掀起一股热潮有待市场考验。

“最大问题是信任，如何鉴别平台方面出租的是真货？商家也存在真货出租后被掉包的风险。”长沙国金中心某奢侈品包销售经理张晓璐说。

时尚界人士孙丹认为，共享虽然可暂时没有一次性购买能力的人用上名牌箱包，但也要考虑这种服务是否会助长部分人的虚荣心。“奢侈品租赁在中国是新鲜事物，初期会有一段时间利用补贴抢市场，但当形成风口和使用习惯后，应该会

有看好的现金流，且‘千禧一代’消费群体潜力很大。”

华中师范大学社会福利研究中心主任梅志望认为，共享奢侈品这类服务性需求能在社会中形成影响。通过共享，能让一些不愿投入太多金钱的消费者满足炫耀的消费心理需求。“这类人群具有一定数量，奢侈品的共享可能会形成小众需求。”

未来，中国共享经济或在制造业、农业、教育、养老等领域迎来“风口”。梅志望表示，产品是否有共享需求、产品消费习惯是否有分享需求及制度是否对共享经济有支撑和约束，是共享经济发展需要考虑的。

让天下没有难送的快递

科普时报讯（记者 侯静 实习生 吴汉阳）消除大件歧视，让天下没有难送的快递！这是德邦快递董事长崔维星在德邦2018战略发布会上作出的郑重承诺。行业老牌德邦物流已正式更名为德邦快递，推出新快递产品“大件快递3-60千克”。

中国快递协会会长高宏峰、德邦快递董事长崔维星、轮值CEO韩永彦以及德邦“首席体验官”易建联出席了7月2日举办的战略发布会并讲话。

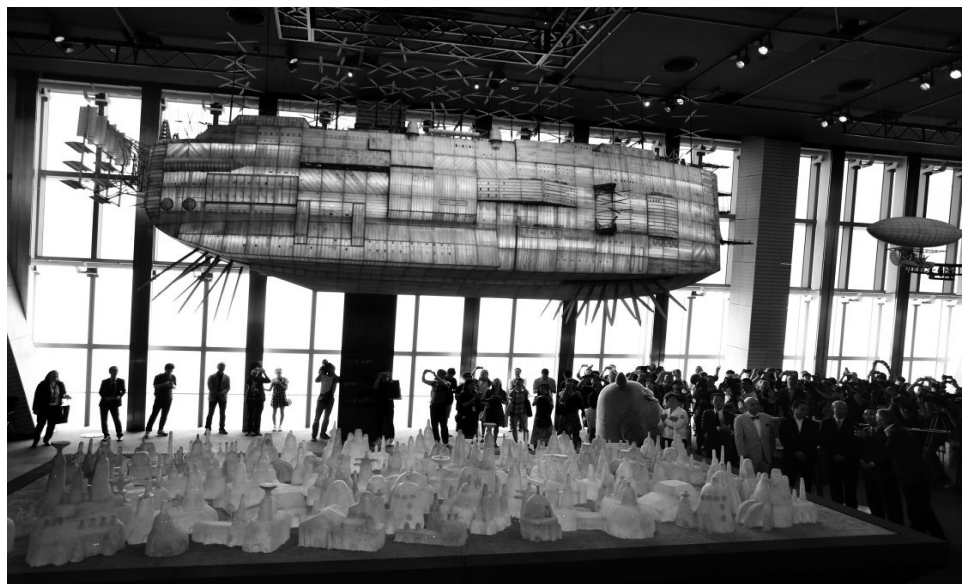
崔维星称，“德邦物流正式更名为德邦快递，德邦也将以大件快递全面发力快递业务，用我们这几年来在物流、大件快递领域积蓄的实力为所有的客户、合作伙伴和消费者提供最优质、最专业的快递服务。高宏峰致辞指出，中国快递行业近年来始终保持高速发展，快递行业仍是朝阳行业，希望各快递企业努力转型，由单一快递向综合供应链转变，并对德邦快递敏锐的行业洞察力和新快递产品表示赞许和期待。在现场，易建联作为第一个用户，亲身体验德邦快递新产品“大件快递3-60千克”的服务。

韩永彦表示，为了充分实践大件快递的服务愿景，德邦很早便开始布局大件快递运营的各个环节，积极构建与大件快递市场需求相匹配的“大件体系”。目前，德邦已成功打造三大系统和六大支撑，为“大件快递3-60千克”实现0距离的服务提供了强有力的体系保障。其中，依托数字化双胞胎应用的智慧场站、智慧运力、智慧末端三大系统实现了中转、运输和末端的高效有序；而大件服务基因、全链匹配的专业化设备、雾化覆盖的服务网络、高效的运输网络、全方位的安全保障以及领先行业的员工素养和激励机制则内外兼顾，充分保障大件快递服务体验。

遵化民营企业引进清华“指导员”

科普时报讯（王双利 董金辉）近日，河北省遵化市与清华大学合作举办了“中国民营企业转型与创新”专题讲座，并特别邀请国际注册管理咨询师潘诚为企业家授课，来自该市330名民营企业负责人参加了培训。

近年来，遵化市委、市政府高度重视民营企业的发展，始终秉承“企业是发展之本”的理念，从构建亲商、安商、惠商、助商、强商、护商六大服务体系入手，积极帮助企业解决发展难题。此次培训课程，潘诚教授通过深度剖析企业运营的内在规律，理性解读中国企业成长历程，从宏观到微观，从战略到执行，总结经验，探讨对策，为企业的长期发展提供解决方案，使学员受益匪浅。大家纷纷表示要把此次学习的内容进行梳理，真正做到融会贯通，从更高的层次和更宽广的视角对企业未来的发展作出规划和设计，把企业做大做强，努力成为遵化经济的高质量发展做出贡献。



7月1日，“天空之城——吉卜力的飞行梦想”展上，巨型飞艇缓缓启动。当日，吉卜力官方大展在上海环球金融中心观光厅举行开幕式。这是吉卜力工作室的官方展览首次登陆中国内地。展览分为“天猫上映30周年纪念——吉卜力的艺术世界”和“天空之城——吉卜力的飞行梦想”两部分。展览将持续至10月7日。

新华社记者 刘颖 摄

鲜食玉米抢早上市 绿色种植增产增效

□ 科普时报记者 张克

6月28日，38℃高温，热浪袭人。在北京市昌平区绿友田园植物品种试验站一片试验田里，优质鲜食玉米品种筛选及绿色高效技术集成项目迎来了收获的季节：一排排碧绿的玉米随微风轻轻摇摆，苞叶紧实，结实饱满，这片鲜食玉米种植区迎来了采摘季。北京市种子管理站为此开展现场观摩交流会，市、区农技人员和鲜食玉米种植大户等现场交流，为京郊都市型现代农业发展鲜食玉米提供品种和技术献计献策。

鲜食玉米是指具有特殊风味和品质的玉米，和普通玉米相比具有甜、糯、嫩、香等特点。从品质上分有甜玉米、糯玉米；从籽粒颜色上分有黄色、白色、紫色、黑色等。

北京市农林科学院玉米研究中心育种专家史亚告诉记者，随着人民生活水平的提高，市场对鲜食玉米的需求也越来越大。本次观摩

的4个甜、糯玉米新品种“京科甜608”“双甜318”“京科糯928”“蜜花甜糯3号”均为北京市近几年育成的优质品种，具有产量高、品质优、商品性好，适应性强、抗性好等特点。其中，“京科甜608”是由北京农林科学院玉米研究中心选育的早熟品种，生长期短，上市早，籽粒甜嫩多汁，果香浓郁，可作水果型玉米生食；“双甜318”通过了天津市和北京市审定，不仅产量表现好，且营养丰富，商品性好，口感细腻甘甜，品质极佳。“京科糯928”和“蜜花甜糯3号”同为鲜食甜糯加糯类型，籽粒皮薄，糯糯籽粒自然分离为1:3，蒸煮加工后晶莹透亮，糯中带甜，既有甜玉米的清新甜脆，又有糯玉米的香糯软滑，口感风味俱佳，为鲜食、加工玉米的良好选择。

记者了解到，近年来，鲜食玉米以其适口性好、风味独特、富含人体所必需的营养成分而倍受

消费者的青睐，种植面积逐年扩大。

北京市种子管理站相关负责人向记者表示，为贯彻实施乡村振兴战略的总体要求，发展绿色高效农业，促进农民持续增收，2018年，北京市种子管理站实施了“优质鲜食玉米品种筛选及绿色高效技术集成”项目，开展了鲜食玉米新品种筛选、绿色高效种植模式研究、新品种新技术示范等工作。目前上市鲜食玉米均价为3.0-3.5元每穗，要比集中上市时价格高1元左右，如果按照一亩2000穗计算，每亩可以增收2000元左右；同时鲜食玉米秸秆含糖量高、营养丰富，用于青贮饲料，每亩可增收100元，进一步提高全株利用率和生产附加值。晚播种植模式将于7月下旬播种，预计上市时间为10月上中旬，届时本地鲜食玉米供应量大幅跃减，价格优势明显，将有力促进农民增收、农业增效。



新闻链接

鲜食玉米的播种时间通常为4月-6月，上市时间集中在7月中下旬到9月。为了本地鲜食玉米在上市抢早和延后，延长供应时间，帮助农民创造更高效益，北京市种子管理站开展了鲜食玉米绿色高效种植模式研究试验，该模式采用“早播/晚播+早熟鲜食玉米+覆盖可降解膜+有机肥+病虫害生物防治+秸秆处理”的种植方式，早播于3月中旬播种，覆盖可降解膜，全程不施用化肥、化学农药，采用赤眼蜂防治玉米螟等生物防治技术，鲜食玉米果穗采收后，其秸秆直接用于青贮饲料，对环境无污染，对农畜安全，从而让消费者吃到更加绿色安全的鲜食玉米，最终达到绿色高效生产。

火眼金睛 警惕游走于微信的连环骗局

科普时报讯（朱新才）交际广泛，为人“慷慨”，常在朋友圈晒现金等“投资成果”……日前，武汉民警在侦办案件时，通过嫌疑人微信“黑名单”深挖出30多起诈骗案，涉案金额达400万元。

4月14日，武汉市公安局汉阳区分局接到刘女士报案，称被男友骗走5万多现金和2部手机。其男友自称是“北京市公安局刑警”，常给刘女士买小礼物并请她吃饭。随后，他让刘女士转账5.3万元做投资，还将她的手机借走，把她“拉黑”后消失。

武汉警方展开调查，在北京警方协助下将冒充刑警的嫌疑人吴某抓获。民警发现，吴某的朋友圈常被威武霸气的豪车、纸迷金醉的酒吧、觥筹交错的饭局刷屏。他先后套用多人身份混迹社会，其身份证、微信、支付宝、工作、社交信息都是虚假的。在一份长达80多人的微信“黑名单”中，民警发现了猫腻，揭开了吴某的“多面人生”。

经查，吴某，1993年生，他冒充老板、台球选手、金融投资人，不惜花重金定制手工裁剪的西装、租借豪华车打造成功形象，博取信任后通过“AB仓对冲”进行投资诈骗，两年诈骗30余人共计400余万元，受害人遍布北京、上海、天津、深圳、湖南、湖北等地。

民警提示，凡是涉及钱财的人际交往应谨慎，不要被陌生人外表所迷惑；对于声称高回报、稳赚不赔的项目也要加以防范。

宇航员有了智能机器人伴侣

新华社电（记者 周舟）美国太空探索技术公司6月29日发射一枚“猎鹰9”火箭，将“龙”飞船送入太空，为国际空间站送去包括首个人工智能机器人在内的物资。

在美国东部时间5时42分（北京时间17时42分），“猎鹰9”火箭托举着“龙”飞船从佛罗里达州卡纳维拉尔角空军基地升空，这是太空探索技术公司第15次执行空间站补给运送任务，飞船上载有总重近2.7吨的食物、科研设备和空间站硬件等物资。

此次发射使用的“猎鹰9”火箭第一级曾在今年4月将美国航天局“凌日系外行星巡天测量卫星”送入太空，但这次太空探索技术公司没有再次尝试回收它。本次发射的“龙”飞船也在2016年7月执行过空间站补给运送任务。

在飞船携带的设备中，最引人瞩目的是一个叫“宇航员交互移动伴侣”的人工智能球型机器人，比篮球稍大，一面装有电脑屏幕，屏幕上有一张卡通面孔，可与空间站宇航员进行交流，还可帮助宇航员学习运动技能，并为科学任务提供支持。据介绍，这个机器人由空中客车公司研制，其声控技术由美国国际商用机器公司（IBM）提供。给空间站装备人工智能机器人是为了探索使用人工智能减轻宇航员在长期太空任务中的压力和工作量。

此外，飞船携带的科学项目还包括研究微重力环境如何影响小鼠肠道微生物组以及血管靶向药物实验等。如果一切顺利，“龙”飞船与空间站对接后，并在空间站停泊一个月，然后携带一些物资返回地球。

中国移动取消手机流量漫游费

科普时报讯（吴强）为贯彻落实今年政府工作报告中提出的加大网络降费力度相关要求，全面取消手机流量“漫游”费的工作安排，中国移动宣布自7月1日起，全面取消手机流量“漫游”费（不含港澳台地区），客户的本地、省内流量资源的使用范围将自动扩大至国内范围，其他使用规则保持不变。

据了解，近年来，中国移动陆续推出系列降费举措。2015年初到2017年底，中国移动手机上网流量单价降幅超80%，累计惠及27.7亿人次。针对中小企业推出的“速率倍增行动”和“小微宽带”产品，惠及中小企业超过110万家；全面下调“一带一路”沿线国家和地区漫游资费，惠及客户超过2000万用户。2017年9月1日全面取消手机国内长途漫游费，惠及客户超过3亿。

中国移动表示，下一步将继续秉承“客户为根、服务为本”的理念，在推进网络提速降费的同时，认真做好客户服务，加强产品和服务创新，为老百姓提供更多用得上、用得起、用得好的信息服务，促进薄利多销，让客户和企业切实受益，更好地满足广大人民群众对美好生活的向往和追求。