

# 多功能包装背后的低碳巧思

今日话题

近段时间,一些细心的消费者发现,不少常见商品的包装升级了。比如,米袋子加装密封“瓶子口”,能够一直当作米桶用;罐头瓶加个把手,之后当水杯用不再怕烫手;化妆品礼盒附赠改造说明,几分钟就可变身储物盒……

这些改变看着不起眼,但仔细想想,饱含着商家的巧思。在注重颜值的今天,不论品牌大小,都在商品包装上铆足了劲。对于消费者来说,这些精致的瓶子、盒子拆封即变鸡肋——扔了,觉得浪费;留着,又用不上。商家在包装设计之初就考虑了改造空间,大大方便了消费者变废为宝。这种再利用又于无形中延长了“品牌曝光”时间,着实是一种双赢。

市场营销领域认为,包装就是销售力。“杜邦定律”显示:超过60%的消费者是以商品包装的外观设计为依据进行购买决策的。而今天消费者对于包装的判断,又更多包含了环保维度。中消协上个月发布的调查报告表明:8成消费者反对过度包装,8成消费者喜欢礼品盒带提手的“一体化包装”和带有“物品收纳”功能的包装。如此看来,精明的商家不妨顺势而为,在包装设计上再用用心,让多功能和再利用成为一种新风尚。

商品的多功能包装也为更多领域的实践提供了启示。近些年,相关方面反复提倡节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式,社会上对此不乏共识。如何将倡导化作行动?就像一个自带提手的牛奶箱比一句“请自备购物袋”更直

接地产生了环保效果,相较于抽象的宣传,一个个融入生活的具体引导更简单有效。将这一思路推及开来,还有更多作为空间。比如,倾倒厨余垃圾的汤汤水水“劝退”了很多人的分类热情,那么能否加大可降解垃圾袋推广破解拆袋之困?呼吁快递纸箱循环使用却应者寥寥,那么能否先让回收更加便利?说到底,“绿色”“低碳”等概念很大,但诉诸现实一定需要具体而微的落脚点。

“每个人都是生态环境的保护者、建设者、受益者,没有哪个人是旁观者、局外人、批评家,谁也不能只说不做、置身事外。”方方面面都开动脑筋,不断减少转变生活方式带来的摩擦,我们就能于潜移默化间夯实低碳行为习惯。

(据《北京日报》崔文佳)

## 对直播打赏应“治未病”

街谈巷议

近年来,网络直播日趋风靡,直播间打赏问题也随之产生:用户要求平台返还充值金额十分困难。

网络直播作为一种媒介形式,将传统意义上的内容展演及其产业延伸至互联网世界,由此产生内容付费本无可厚非。然而,不同于线下,直播间里的内容付费常常是用户以充值刷礼物的方式完成,具有一定的虚拟性和不可逆性。在这样的情况下,如果用户想要追回打赏资金,可谓困难重重。

事实上,根据规定,无民事和限制民事行为能力人参与直播打赏、游戏充值的行为不具有民事法律行为效力,一律应该退还金额。也就是说,只要打赏人符合无民事和限制民事行为能力人的身份,其在直播间的打赏金额是可以返还的。然而由于网络空间的虚拟性,打赏人的身份存在认定困难的隐忧。例如,在多起未成年人充值打赏申请退款事件中,平台方多以“难以验证是孩子本人实施的打赏行为”等理由拒绝退款。

其次,打赏机制也有可以操作的空间。虽然不少平台都开设了防沉迷模式、保护模式,但对打赏的金额和次数并未有所限制,这就使得用户打赏几乎是没有上限的。再加上不少直播平台的监督模式流于形式,一些无良主播诱导用户重金打赏……多种因素傍生,导致用户打赏一旦发生就“覆水难收”。

古人云:“上医治未病,中医治欲病,下医治已病。”治理打赏问题,解决“充值容易退款难”的问题,应当效仿上医之术,未雨绸缪,补齐防范网上的漏洞。比如,严格限制网络直播平台每个账号的日打赏额度,也就是对高额打赏划定界限,同时严格控制直播平台打赏分成比例,从根源上解决平台利益驱动。再比如,用户自身也应理性打赏,对于无民事和限制民事行为能力的人,其监护人要将监护作用发挥到位。

(据《广州日报》度亚男)

画里话外



## 切莫轻信“扫码送礼”

近日,不少市民收到了陌生快递,快递中的杯子上印有“优质客户回馈品”的字样和二维码,并宣称扫码即可免费领取礼品。然而,有人扫码后一步步落入了陷阱,被骗走6万多元。

以蝇头小利为诱饵,引导收件人扫描快递上的二维码、下载软件、充值垫付,完成刷单任务,这是一种极具迷惑性的新型诈骗。切莫轻易扫描来路不明的二维码。快递公司也当从严把关,从源头上斩断陌生快递诈骗链。

(据《湖北日报》王鹏 周磊)

点到为止

### 看电影可退票

——近日,河南许昌一名网友称,在当地某影城观影后觉得电影难看,成功退了一半费用。影城工作人员证实,“电影结束20分钟之内是可以退的。如果超过这个时间,也退不了”。不少网友感慨“这辈子还没享受过这种服务”。其实,电影票“退改签”是观众的一项基本权利,只是尚未有统一的行业规范。因此,电影票“不退不改”等霸王条款仍比较普遍。电影好不好看见仁见智,但只要观众觉得难看就退一半钱,影院基本上无利可赚,所以这家影院的做法更显勇气和智慧。

### 降薪很正常

——近几年,直播行业风生水起,网红主播的高薪吸引不少年轻人加入电商主播大军。然而近期市场传出电商主播降薪的消息。不仅是新人主播,头部主播收入也明显下降。业内人士分析,行业爆发式增长、平台引流方式改变、市场对主播要求提升等多重因素,导致行业竞争愈发激烈。主播降薪的背后,是整个行业在逐渐走向成熟。《网络主播行为规范》已经颁布施行,直播行业会越来越规范。不仅主播薪酬会回归正常,其本人有没有真水平也到了考验的时候。

(据《北京晚报》张丽)