

# 鞋穿不炒！小心被“割韭菜”

本报评论员杨绍功、周琳

近期，“炒鞋潮”再掀波澜。某网购平台上，一些国产品牌的所谓“限量版”球鞋价格飙涨，其中某品牌一款球鞋价格涨幅竟达31倍；一些网帖肆意宣扬“炒鞋一夜暴富”，共同撩拨年轻人参与投机的心弦。

价格异动引发争议后，有平台迅速下架部分被爆炒的国产品牌球鞋。但是，当前被炒出数十倍溢价的球鞋，何止几款国产品牌？平台上那些单价动辄数万元乃至十几万元的部分国际品牌球鞋，普通民众惊呼“亮瞎双眼”，炒鞋者们却早已习以为常。

“炒鞋”背后，有流行文化的影子。近年来，国内球鞋厂商陆续推出限量版、联名版、球员版、特殊版、明星特别款等，借助粉

鞋穿不炒。鞋是用来穿的，并不是价格越贵越有价值，而是越合脚、越接地气才越显得珍贵

丝文化，又靠饥饿营销助推，价格水涨船高，引来年轻人追捧。少量“限量版”球鞋受品牌价值、名人效应、稀缺性等因素加持，可能存在较大的溢价空间。但需要清醒看到的是，大多数球鞋并没有超越使用价值的特质，谈何溢价空间？

更何况，“炒鞋”还暗藏巨大法律风险。近年来，各地公安机关已查获许多与“炒鞋”有关的售假、集资、诈骗类案件。早在2019年，央行上海分行也曾提示：警惕“炒鞋”热潮，防范金融风险，其中明确提出，国内球鞋转卖出现“炒鞋

热”，“炒鞋”平台实为击鼓传花式资本游戏，提醒各机构高度关注，采取有效措施防范此类风险。

“炒鞋”平台的路数不外乎这些：有的开设竞价通道，有的提供寄存服务，有的炒作社交话题，有的提供分期付款等加杠杆服务。业内人士指出，一些厂商、平台、金融机构和投机者将所谓“限量版”球鞋证券化、金融化，现在“操盘者”“收割者”如何不择手段炒作、借机造势推高价格，退潮时就可能如何摧枯拉朽“割韭菜”。

因为真喜爱而收藏，无可厚非。但

“万物皆可炒”的幻象，其实是一个个被资本吹捧的所谓“风口”。年轻人作为潮流文化的主流消费群体，大多习惯在网络团购、靠网聊做交易，被“套路”后维权很难。极端的炒作和投机，也不利于年轻人形成健康的消费观和价值观。

增强风险提示，划清投资与投机的边界，细化允许和禁止的范围，是防范“炒鞋”行为恶化的迫切之举。金融监管部门要提示“炒鞋”潮背后的金融风险，执法部门要不断加大对违法行为的打击力度，厂家、平台和个人更须共同规范自身行为，维护良好的市场预期和秩序。

鞋穿不炒。鞋是用来穿的，并不是价格越贵越有价值，而是越合脚、越接地气才越显得珍贵。

(参与记者：朱国亮、李博)

本报评论员王烁

2018年6月，一名墨西哥环保活动人士被杀；2019年8月，两名印度村民在一场枪战中丧生；一个月后，一名南非企业家被枪杀。三起凶案看似毫不相关，背后却有让人难以置信的共同原因——争夺21世纪很重要却并不被看重的资源——沙子。

沙子是建设现代城市的主要原料之一，大到建筑所用的混凝土、沥青，小到疫苗所用的玻璃瓶以及电脑的芯片，都离不开沙子。除水之外，沙子是人类消耗最多的自然资源。数据显示，人们每年要使用500亿吨的“骨料”（工业术语，沙子和砾石混合的通称）。

很多人对沙子短缺危机感到意外，但地球上任何物质都不可能既年复一年地被大量开采，又不对地球和人们的生活生产造成影响。

全球城市化发展进程加快，是造成沙子危机的主要原因之一。如今，全球人口每年都在增长，在亚洲、非洲和拉丁美洲，城市正以人类历史上前所未有的速度和规模扩张。据联合国预测，未来30年里将有25亿人进入城市，相当于每年增加8个纽约大小的城市。而要建造容纳所有新增城市人口的楼房建筑以及连接楼房的道路，都需要大量沙子。

除了用于建筑和基础设施，沙子也越来越多地用于填海造地。这种新造地的巨大利润，通常要付出高昂的生态环境代价，比如迪拜建造棕榈岛大约需要1.86亿立方米沙子，迪拜为此几乎将海湾地区的海床挖空了。这个被沙漠包围的国家，每年从世界各地进口沙子的费用，超过了4亿美元。

如今，大部分沙子从脆弱的河流和海洋生态系统中被挖掘出来，这对含水层、渔业和保护区造成伤害。无节制地开采会极大地威胁生物多样性，比如造成珊瑚和海草场的退化；运沙船还可能携带入侵物种，给物种栖息地、迁移路径、生态群落和食物网带来巨大负担；过度开采则会导致遭到侵蚀的海岸对自然灾害的防御和修复能力不可遏制地下降——2004年斯里兰卡在印度洋海啸中不堪一击，就与大规模非法开采沙子资源有关。

更有甚者，过度开采还会加剧饮用水和粮食问题，对人类健康和区域安全造成隐患。在湄公河三角洲，旱季开采沙子破坏了当地的生活用水供应，加剧了东南亚最重要的粮食产区耕地的盐渍化。在斯里兰卡，开采沙子造成的海水入侵不仅破坏了饮用水，还导致了椰子、橡胶和茶叶等经济作物产量下降。

由于共同资源的消费难以管制，人们更可能自私地榨取共同资源而不考虑长期后果。在全球范围里，为争夺沙子而产生的竞争已经变得非常激烈，在许多地方，黑社会犯罪团伙逐利而来也加入争夺，许多人被牵连送命。

人类对沙子的需求逐年增加，沙子和砾石的采掘速度已远超其自然再生速度，沙子危机正在给人类敲响警钟：如果不能在短期内对自然采沙进行有效控制，那么，新的资源危机可能正在向我们靠近。

当天然沙“一沙难求”近乎成为市场常态，而国内各种基础设施建设却不断推进，重压之下，政府和行业企业应提前布局，可考虑建立完善标准，加强对沙源地的保护，通过立法、行政、教育和市场等手段，画下红线，出台相关禁令，加大对节约用沙、合理开采的规范和引导，多渠道拓展沙子来源，杜绝竭泽而渔。同时，通过改进工艺，研发新材料，或能解决河沙资源对整个建筑业发展限制的问题。科学家正在研究用其他材料代替混凝土中沙子的作用，如以煤电厂留下的粉煤灰、塑料碎片、甚至碾碎的油棕壳和稻壳来代替，或寻找更有效的方法来磨碎和回收混凝土等。

全球面临的沙子危机，没有人能置身事外。人类文明的发展少不了对各种资源的消耗，我们不可能终止这些消耗，但却能让消耗避免不必要的浪费。

## “随心飞”变“闹心飞” 薅羊毛套路有多深

本报评论员刘晶瑶

近日，央视曝光多家航空公司“随心飞”套餐问题，有网友称此前买了某司相关产品却遇到14次航变，多次影响她的行程。还有许多网友反映，“随心飞”很难买到想要的航段，已变成了“闹心飞”。

去年疫情期间，“随心飞”类产品为航司稳定现金流、回笼资金，解了一定的燃眉之急，但随着航空业的全面复苏，出行市场的急速回暖，购买这些产品的消费者，或许成了某些航司眼中的“鸡肋”，甚至是耽误赚钱的累赘。

没生意的时候，借“随心飞”类产品纾困；疫情有所缓解，就想方设法为使用层层设障……为小利失大局，这种短视的商业逻辑，不仅严重影响用户出行体验，也有侵害消费者权益之嫌。

有一种观点认为，“随心飞”类产品是航司精算化的产品，条款设计之初，就是算定了不会亏本，想薅商家羊毛哪有那么容易。但航司既不应当做“一退六二五”的窃喜，消费者也不应感到无奈而放弃合法维权。

对航司来说，把套餐变套路、对客户用完就弃，只能招来“割韭菜”的恶名。让消费者真正受益，才是增加用户黏性的法宝。对消费者来说，别被花式营销“迷惑”，认真分析出行需求，仔细阅读相应条款，还得有双“慧眼”，避免盲目跟风消费。

“随心飞”类产品，是一次催生新出行方式的成功营销。现在遭遇的问题，有外部环境的原因，更多是一些航司任性加码，不拿消费者当回事的算计。希望更多航司能保护好存量用户的正当利益，及时对产品进行升级迭代，通过精准研判消费者需求推陈出新，设计出槽点更少、实惠更多的出行套餐。

## 被忽略的「沙子危机」

### 折腾人的高速ETC

我是一年多前办理的ETC卡。当时各大银行纷纷开始“抢人大战”，给出很大力度的优惠。我办理的是充值卡，当时说很方便，如果钱不够了，可以用支付宝、微信、银行账户转账到ETC卡上，再在高速公路口圈存即可。

在脱贫攻坚的各个战场上，无数党员干部以赤心唤民心、以生命赴使命，用自己的“辛苦指数”换来百姓的“幸福指数”，带领各地贫困户、贫困人口摆脱贫困、走上共同富裕之路。

走过漫漫艰苦征程，当脱贫攻坚的心血和汗水结出累累硕果、铸成举世瞩目的人类减贫丰碑，再回头看，深刻昭示熠熠闪光。

它是中国共产党人始终不变的为民初心，是

中国人民百折不挠追求美好生活的

新华社记者姜伟超

勇气、远见、责任、担当，坚定不移、顽强不屈……《人类减贫的中国实践》白皮书上记录的这些词语，是脱贫攻坚胜利的“密码”。读懂这些“密码”，就打开了中华民族的精神宝藏，坚定发展的信心，增添前行的力量。

中国的历史是与贫困斗争的历史，中国人民始终为摆脱贫穷艰难求索。中国共产党成立百年来，不管国内国际形势如何变化，以人民为中心的思想一以贯之。新中国成立后，始终把减贫摆在治国理政的突出位置，用发展的办法消除贫困，依靠人民的力量战胜贫困，诠释了中国共产党人的初心和使命。

在脱贫攻坚的各个战场上，无数党员干部以赤心唤民心、以生命赴使命，用自己的“辛苦指数”换来百姓的“幸福指数”，带领各地贫困户、贫困人口摆脱贫困、走上共同富裕之路。

走过漫漫艰苦征程，当脱贫攻坚的心血和汗水结出累累硕果、铸成举世瞩目的人类减贫丰碑，再回头看，深刻昭示熠熠闪光。

它是中国共产党人始终不变的为民初心，是

中国人民百折不挠追求美好生活的

## 读懂脱贫攻坚精神，就读懂了中国



新华社发 徐骏 作

坚强意志，是中华民族走向伟大复兴的生动写照。

读懂脱贫攻坚的精神密码，就读懂了中国。脱贫攻坚的重大胜利再次证明，在党的

坚强领导下，14亿人民迸发出改变命运的创造伟力，激发出源源不断的内生动力，就没有战胜不了的艰难险阻，就没有到达不了的幸福彼岸。

新华社兰州4月7日电

## 超限车给执法车装跟踪器，助虐者谁

本报评论员王俊禄、张璇

执法车辆上路巡查，超限货车随即销声匿迹；执法车一离开，大批违法车辆马上鱼贯而出……据报道，浙江省温州市交通执法队近期发现，多辆执法车被人安装了跟踪器。

小小跟踪器，让神秘的暗访成了公开的秘密，执法信息被动态掌控，超限车辆就可以逍遙法外。这一现实中的“无间道”，犹如扑朔迷离的谍战片，难怪网友惊呼“老鼠给猫装上了铃铛”。

这些跟踪设备究竟是什么人安装的，安装的数量有多少？除了已经发现的跟踪器外，其他执法车辆、其他执法

部门是否也存在同样的情况？这些疑点，有待当地进一步调查。

在执法者面前耍“小聪明”，通过装跟踪器来逃避车辆超限监管和罚款，暴露出的是违法违规者的不敬畏法律，把安全当儿戏。据介绍，这些超限车辆荷载远超公路的设计承载能力，会造成路面严重损坏；超重严重影响刹车效果，存在巨大的安全隐患。

值得关注的是，从生产、销售到使用，定位跟踪器产业链条存在若干模糊地带。在互联网上，跟踪器的销售使用门槛极低，社会危害却不容忽视。打开一些电商平台，“跟踪神器”“隐形定位器”等五花八门，有的声称可“声控录音、精准定位”，价格不高，销量火爆，月销1万多个。

位置信息是重要的隐私信息，但目前

来看，汽车定位跟踪器滥用折射出一定监管盲区。根据2015年1月实施的《禁止非法生产销售使用窃听窃照专用器材和“伪基站”设备的规定》显示，禁止自然人、法人及其他组织生产、销售，使用窃听窃照专用器材和“伪基站”设备。在法律界人士看来，一旦定位跟踪器的生产、销售、使用用于非法用途，即有可能被认定为“窃听窃照器材”，继而因侵犯公民个人信息或扰乱公共秩序受到行政处罚甚至刑事处罚。

执法信息被窃取只是一个极端案例。在个人隐私保护意识不断觉醒的今天，公民的位置等隐私信息应当得到保护和尊重。新的科技产品带给了我们便利，但掌握科技不等于能够随心所欲，同样也要受法律约束。而挑战执法权力的“小聪明”，终究难逃法律严惩。

近日，央视曝光多家航空公司“随心飞”套餐问题，有网友称此前买了某司相关产品却遇到14次航变，多次影响她的行程。还有许多网友反映，“随心飞”很难买到想要的航段，已变成了“闹心飞”。

去年疫情期间，“随心飞”类产品为航司稳定现金流、回笼资金，解了一定的燃眉之急，但随着航空业的全面复苏，出行市场的急速回暖，购买这些产品的消费者，或许成了某些航司眼中的“鸡肋”，甚至是耽误赚钱的累赘。

没生意的时候，借“随心飞”类产品纾困；疫情有所缓解，就想方设法为使用层层设障……为小利失大局，这种短视的商业逻辑，不仅严重影响用户出行体验，也有侵害消费者权益之嫌。

有一种观点认为，“随心飞”类产品是航司精算化的产品，条款设计之初，就是算定了不会亏本，想薅商家羊毛哪有那么容易。但航司既不应当做“一退六二五”的窃喜，消费者也不应感到无奈而放弃合法维权。

对航司来说，把套餐变套路、对客户用完就弃，只能招来“割韭菜”的恶名。让消费者真正受益，才是增加用户黏性的法宝。对消费者来说，别被花式营销“迷惑”，认真分析出行需求，仔细阅读相应条款，还得有双“慧眼”，避免盲目跟风消费。

## 智能汽车不能“智取”隐私

本报评论员周琳、王辰阳

近日，因特斯拉车内摄像头“高清画面”在海外市场被曝光，针对智能汽车个人隐私保护是否到位、是否收集敏感信息的质疑，再次引爆舆论。特斯拉官方声明称，驾驶室摄像头在北美以外的市场并没有激活，即使是在美国，车主也可以自由选择是否开启使用。这番回应被网民怒上热搜：“要么，是个人隐私得不到足够保护；要么，车主花钱买了个‘没用的摄像头’！”

不仅是特斯拉，几乎所有智能汽车收集的信息、交互的数据、有记忆功能的设置，都涉及信息和数据安全问题。智能汽车正在成为除了手机之外，最大的个人数据来源渠道。

智能化程度越来越高的配

置，给车主带

安全是任何一个行业健康、有序发展的基石。龙头企业

不能店大欺客，应以更高的社会责任要求自己

来方便，也给数据安全带来了新挑战。曾有专家在接受记者采访时表示，特斯拉可以采集覆盖车主个人信息、车辆环境信息、车辆行驶信息、车主手机信息等200多项信息，国内同类厂商采集事项也有170多项。

处理个人信息应当遵循合法、正当、必要原则。智能化的大趋势下，针对数据安全的监管必须加码。尤其是具有强大数据采集能力的高等级智能自动驾驶汽车，需要加快落实相关数据采集、存储、处理、应用法律法规和标准。我国网络安全法已对

做好数据销毁管控机制。

多起涉及个人隐私保护的事件一经曝光，就引起众多关注，也从侧面说明：社会文明程度越高，行业发展得越智能，公众越注重个人隐私保护。消除公众的信息安全焦虑，不仅需要法律及时亮剑，更需要行业内的每一个参与方，真真正正拿出切实的措施，堵住各类潜在的隐私保护漏洞；同时，要把沟通的功夫做在平时，降低公众的焦虑感。

智能网联汽车加速到来的同时，也需要牢记：安全是任何一个行业健康、有序发展的基石。龙头企业不能店大欺客，应以更高的社会责任要求自己。越是大的平台、知名的公司，就越需要珍惜用户，在保护和捍卫用户的个人隐私方面率先垂范，尽全力提高用户隐私保护意识，用更高的道德标准创造良性的商业生态。

## 一线观察