

开空调需“打赏加价” 网约车“空调费”该由谁买单?

进入夏季以来,网约车“拒开空调”“开空调要加钱”引发的争议不断。一些地方,由于极端高温天气增多,叠加油价不断上涨,网约车与乘客之间的“空调费”矛盾引发关注。

网约车开空调要加钱

日前,一位江西的乘客向媒体反映,说自己遇到了网约车开空调要加钱的情况。“当时我是在市里考试,打了特惠快车。当天室外气温接近30摄氏度,坐进车里的時候像火炉似的,我就询问师傅是否能开会空调,司机师傅说开空调可以,但是要额外给钱。我拒绝了支付,司机师傅也没开空调。当时车是在马路边停靠,为了等另外一个乘客在太阳底下暴晒将近10分钟,可想车内气温之高。”

无独有偶,两周前,浙江温州市民叶先生出门办事在某网约车平台约了一辆网约车,当时他选择的是特惠车。特惠车的特点是价格相对便宜,且一口价,是许多消费者打车时首选。由于当天气温在30摄氏度左右,上车后,叶先生觉得车内闷热,要求司机开空调。但司机却表示,特惠车的车费本身就廉价,自己赚不到什么钱,但是特惠车是一口价,为了省钱拒绝了叶先生的要求。

当时,叶先生和司机商量如何才能打开车内空调,司机表示除非加钱才可以。但是特惠车是一口价,修改不了,那只能在到达目的地后,在软件

里给司机“打赏”。司机称,“打赏”1元、2元、3元都可以,最后叶先生承诺给司机“打赏”2元后,空调打开了。虽然最后叶先生因为找不到“打赏”按钮,司机方才作罢,但是对于打车“空调费”要自理这一事情,叶先生称:“我第一次碰到打车‘空调费’要自理,有些不可思议。”

记者搜索“网约车”“加价”等关键词发现,像叶先生遇到的这种情况其实生活中不在少数。

开空调每天至少增加20元油钱

在记者采访过程中,无论是网约车司机还是出租车司机,当被问及大热天为什么不开空调时,大多数回答都是“开不起”。

家住重庆九龙坡的老周是一名网约车司机。老周告诉记者,重庆夏天本来就热,很多乘客都会要求开空调。但跑网约车一天油钱就得200元左右,此外还有保养维护等其他开销,一个月下来能够养活自己就已经不错了。因此只要乘客不要求开空调,他就不会开,因为油费实在是太贵了。

采访中,不少司机都表示,开空调每天至少增加20元的油钱,一个月就要多花600元。如果车的排量,一个月得多支出1000多元。

记者联合重庆市总工会长安汽车工匠学院进行了空调油耗测试,结果表明:随着温度升高,开空调汽车油耗会越来越大。在20摄氏度环境中开空

调,油耗会增加10%—20%;而在40摄氏度环境中开空调,油耗会增加30%以上。

“接单猛于虎,到手两块五!”司机们表示,开空调产生的油费,全部由自己承担,对收入产生较大影响。

按照规定,司机能够收取的附加费只包括高速费、路桥费以及因等待乘客产生的停车费,并没有空调附加费这一项。如果司机违规收费,乘客有权利进行投诉,平台在核实司机收费后,将给予司机扣除服务分的处罚,严重的还会封号。

记者在采访中发现,补贴有限,平台抽成过高也是倒逼司机不开空调以节省费用的原因。“一些网约车平台抽成比例达到25%甚至更高,而每一单的抽成比例、计算方式却是一笔糊涂账。”重庆工商大学教授莫远明表示,当运价水平不断逼近司机的运营成本时,网约车司机原本该给予乘客的服务自然无法保证。

平台应承担起责任

那么网约车不开空调,到底谁说了算?“空调费”应该由谁来出?

北京市京都律师事务所李泽瑞律师表示,从法律层面来说,司机在提供服务的过程中,已经与乘客、平台形成了合同关系。在履行合同中提供开关车窗、空调以及开关后备箱等服务,属于合理范畴之内。“所以乘客有权要求开空调,这是完全合理合法的。”

他介绍,《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》与《网络预约出租汽车运营服务规范》是规范网约车运营服务的主要依据,其中没有直接谈及空调问题。但《网络预约出租汽车运营服务规范》以《GB/T22485 出租汽车运营服务规范》为“规范性引用文件”,后者明确“根据乘客意愿升降车窗玻璃及使用空调、音响、视频等服务设备”。

该律师认为,司机提出的“成本过高”也具有一定合理性,如果司机认为运营中承担的成本过高,无法负担“空调费”,应向自己所属公司以及网约车平台进行主张和协商,并根据相关法律法规向平台主张保障自己的权益,“而不是把空调成本嫁给乘客”。

对此,华中师范大学社会福利研究中心主任梅志昱表示,网约车“空调费之争”并非简单的司乘矛盾,而是涉及消费者权益、司机权益和平台责任等多方面的复杂问题。

他表示,在行业竞争加剧的背景下,网约车平台要想获得持续的利润增长,更应该提升服务质量,而不是降低服务标准,更不能面对司机端增长的成本压力无动于衷。应该主动承担起责任,通过调整抽成比例、设立公开透明的指导价格等方式,规范因此类原因产生额外费用的收费形式。同时,平台还应确保网约车司机能够享受受到高温补贴等福利待遇,切实维护他们的合法权益,促进整个行业的健康发展。(综合)



图为消费者在户外露营。

“天气不好改了出游行程,一家三口的机票损失了上千元手续费。”“刚订好行程,酒店价格就降了300块,懊悔订早了。”暑期旅游旺季到来,但受天气多变、供需波动等因素影响,出游安排可能遭遇的费用损失备受消费者关注。

在线旅游平台正作出行动,帮助消费者打消顾虑、省心出游。7月1日,飞猪宣布启动暑期硬核保障,针对机票、火车票退改,酒店价格变化,机酒行程衔接,出境游高风险玩乐等场景,推出六大措施,为暑期游客的潜在损失兜底。

其中,主动帮助用户挽回损失的举措包括:为飞猪App新用户提供机票和火车票的“免费退”权益。符合活动规则的消费者因机票、火车票退改产生的手续费,平台将以红包的形式100%返还;为飞猪用户提供2次境外酒店保价权益,符合保障条件的消费者可以获得最高800元红包的差价返还。

帮助用户避免潜在损失的举措包括:如因航班航变而影响酒店入住,飞猪将为符合条件的消费者提供酒店无损取消,单笔补贴最高达1000元;消费者出发或到达现场如遇航班无座、酒店无房等极端情况,平台将无论差价全力保障消费者行程;出境游玩时的潜水、冲浪、出海观光一向是热门项目,飞猪将为预订特定水上玩乐商品的所有消费者提供最高百万元的意外保障。

飞猪此次推出的六大保障举措覆盖了7月1日至8月31日整个暑期。

“旅行最大的成本和收益是时间与快乐,尤其是暑假,这是一家人难得的团聚休闲时光。我们希望尽己所能,担当客户问题的解决者,减少意外情况给大家造成的不快或损失。”飞猪旅行首席客户官李群表示,今年暑期,飞猪在服务保障、价格优惠、商品创新等方面加大投入,高标准保障消费者的出游体验。

今年暑期旅游市场供需两旺,有望创造新的记录。飞猪数据显示,截至目前,暑期旅游预订量同比去年双位数增长,其中出境游预订量更是以接近翻倍的速度增长。

(博文)

买贵、买错、行程有变怎么办? 飞猪推出客票免费退、酒店保价等保障措施

“人人讲安全 个个会应急 畅通生命通道” 中建二局装饰公司北京分公司开展安全生产月活动

2024年6月,随着第23个全国“安全生产月”的到来,中建二局装饰公司北京分公司认真贯彻落实上级工作部署,组织开展了一系列富有成效的安全活动。

“安全生产月”活动伊始,该公司领导高度重视,强化组织领导,亲自部署,召开启动会,拉开了以“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”为主题的“安全生产月”系列活动序幕。

会上,全体员工集中学习并研读了《深入学习贯彻习近平关于应急管理的重要论述》,观看“安全生产月”主题宣传片、《安全生产 责任在肩》警示教育片,开展安全生产责任制交底,使大家深刻认识到安全生产的重要性。同时,与会领导围绕活动主题,全面部署全国安全生产月,筑牢安全生产防线。

在安全生产月期间,该公司精心策

划,广泛发动员工,组织所属项目开展了一系列富有成效的安全生产活动。

组织多样化的安全生产培训教育活动。开展覆盖全员的安全警示教育,通过深入剖析典型安全事故案例,进一步加深各岗位、各工种对安全生产工作的理解。针对特种作业人员开展专项培训,讲解岗位职责和安全生产风险、应知应会的必备专业技能和知识,加深作业人员对安全操作规程的认识,有效防范安全事故的发生。针对施工现场发生的突发事件,组织了丰富多样的应急演练活动,检验员工的应急响应速度和处置能力。

CCB建融家园项目部联合所在社区、卫生服务站等多家单位共同举办了2024年度安全生产月“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”主题教育宣讲活动。通过《畅通生命通道》宣传教育片,提高与会人员对消防

安全及应急逃生的认知和重视,配合假人模型,讲解人员急救护理的基本原理及操作步骤,同时邀请工友们、居民们一起体验,切实提高了参会人员的应急处置能力。

突出重点,深化专项整治。该公司领导带头,对施工现场进行了全面检查,以问题为导向,聚焦“安全生产”,扎实开展安全专项整治。首先聚焦重点项目。对机械设备多、危险性较大的重点项目,开展拉网式、地毯式隐患排查,做到不留死角、不留盲区。其次聚焦关键环节。深入排查消防通道、安全出口、疏散指示标识等是否完好畅通,临边洞口是否合理设置安全防护,动火作业是否严格执行事前审批,电气线路是否存在安全隐患,确保万无一失。三是聚焦机械设备。聚焦局“机械安全管理年”,加强对剪叉式升降车、高空作业车、脚手架等机

械设备的安全管理,严格落实定期检测、维护保养等制度,进一步夯实机械设备安全管理基础,从源头上防范化解安全风险,扎实推进安全生产治本攻坚三年行动走深走实。

为增强员工的安全意识和自我保护能力,该公司强化宣传,加强安全文化建设,在各项目部通过悬挂横幅、张贴标语、制作宣传栏等方式,营造了浓厚的安全文化氛围。

通过本次安全生产月活动的开展,中建二局装饰公司北京分公司职工的安全意识和应急处理能力得到了进一步提高。今后大家将把安全生产放在心上、抓在手上、落实到行动上,为该公司的安全生产贡献力量。同时,该公司也将以此次活动为契机,持续加强安全生产管理工作,确保企业的生产经营安全、稳定、有序进行。(刘澜涛)



图为游客体验城市夜生活。

在繁忙的现代生活中,洗衣是每个家庭必不可少的日常任务。然而,什么样的洗衣机才能够满足人们对衣物清洁度的追求?如何才能让消费者告别洗衣烦恼?面对市面上琳琅满目的洗衣机品牌和产品,消费者又该如何判断一台洗衣机的能力呢? TCL超级筒洗衣机T7H给出了答案——看洗净比。

如何判断洗衣机能力? 看洗净比就对了

奥维云网(AVC)数据显示,据预测,2024年洗衣机市场将继续增长2.6%。值得注意的是,洗衣机的平均零售价也比上一年增长了2.4%,这表明消费者对高品质、高性能产品的需求日益增长。

随着消费者对高品质、高性能产品需求增加,有很多洗衣机产品在营销中将自身功能描述得天花乱坠,但依旧很难说清它们能将衣服洗得多干净。那么,面对琳琅满目的产品和品牌,消费者如何能够最便捷且迅速地判断出一台洗衣机的能力呢?答案是看洗净比。

洗净比是用来衡量洗衣机洗涤效果的一个重要指标,它表示衣服洗干净的程度,是通过专用仪器测定污染物的反射率,与参照布进行对比所得到的数据。在市场上销售的洗衣机产品,都会贴“中国能效标识”标签,其中就会包括权威检测部门测试出的洗净比参

干净又护衣 TCL 超级筒洗衣机 T7H 打造洗衣“新净界”

数。此外,根据国标《家用和类似用途电动洗衣机》(GB/T 4288-2018),洗净比等同于洗净能力,同时洗净比数值越高,意味着衣物被洗得越干净。

值得注意的是,从行业来看,波轮洗衣机的洗净比通常在0.7—0.9之间,而滚筒洗衣机的洗净比,1.03是基础,1.08是常态,1.1以上是优秀。而TCL超级筒洗衣机T7H的洗净比高达1.2,达到洗衣机行业洗涤能力的天花板级别。

采用行业颠覆性“超级筒”科技 干净又护衣

领口、腋下、袖口、内衣内裤局部等容易滋生细菌、沉积污渍的部位无法被处理干净;顽固污渍无法精准去除;衣物洗涤后里外新旧程度差别大……面对消费者“既要干净,又要护衣”的需求,TCL超级筒洗衣机T7H使用了行业颠覆性的“超级筒”科技,为可达到1.2洗净比提供强大支撑。

首先,在筒径方面,TCL超级筒洗衣机T7H采用行业领先的540毫米超大筒径设计,容积较行业500毫米筒径洗衣机的平均水平提升13%,垂直摔打路径延长40毫米。由于滚筒洗衣机的原理是滚筒转动带动水流冲击摔打衣物,在离心力作用下污渍分离实现洗



图为TCL超级筒洗衣机T7H。

净,因此大筒意味着衣物在洗涤过程中拥有更开阔的摔打空间,增加摔打路径,让衣物在洗涤过程中得到更充分的舒展,从而洗得更干净、更彻底,更能解决消费者在家无法一次性清洗大件、大量衣物的痛点。

其次,TCL超级筒洗衣机T7H采用了独特的6D提升筋设计。提升筋是洗

衣机内筒上的长条状突起,一般为3根三角形、半圆形或梯形结构。TCL超级筒洗衣机T7H将提升筋数量从3根增加到6根,并将形状设计为鱼鳍形,采用一长一短交错排列,以模拟人的左右手,交错运动,实现揉搓。值得注意的是,TCL超级筒洗衣机T7H的提升筋上还有特殊条纹,能够实现衣物S型翻

转,前后左右都能揉搓到,较普通洗衣机,翻转次数增加1倍,运动轨迹延长80%,洗得更干净。同时,6维提升筋的倾斜向筒中间倾斜,与普通洗衣机提升筋的平行排列不同,衣服在翻转时始终处于中间的安全区域,减少与筒门和筒底的撞击,令衣物不易磨损,洗衣的同时还能做到更护衣。

此外,提到TCL超级筒洗衣机T7H也不得不提到其洗衣机内筒上的海波纹线路。内筒纹路可以增加摩擦,使污渍更加容易脱落,而海波纹线特别之处在于,脱水孔位于纹路间的下沉区域,开孔大小为2.3毫米,水流在螺旋海波状的纹路引导下,可以在衣物和内筒之间形成水膜层,在增大水流清洗面的同时,减少对衣物过度的机械损伤,不仅时尚美观,还能轻松融入家居环境。

普通的洗衣机厚度在630毫米以上,无法适配600毫米深度的主流标准

超薄机身设计 便捷生活触手可及

在保证干净又护衣的前提下,TCL超级筒洗衣机T7H还在外观方面做出优化,采用超薄机身设计,不仅时尚美观,还能轻松融入家居环境。

普通的洗衣机厚度在630毫米以上,无法适配600毫米深度的主流标准

阳台柜,做嵌入式装修的难度较大。而拥有极致超薄机身的TCL超级筒洗衣机T7H采用了全新的外部机身和内部结构优化设计,实现12公斤大容量版本机身厚度570毫米,10公斤版本机身厚度530毫米,给接电线和排水管留足空间,装修变得更简单。无论是放在阳台还是卫生间,都能成为一道亮丽的风景线。

此外,在减震方面,TCL超级筒洗衣机T7H也下足了功夫。其采用昆仑减震结构,洗衣机的外部是高强度四方结构钢骨和吸音侧板,用稳定的结构减少噪音逸散,在洗衣机内部配置有4套高阻尼减振器、2组吸能减震吊钩和减震海绵块,持续回收洗衣机运转时产生的能量,减少工作噪音,滚筒与侧板的极限间隙只有1.32厘米,工件也能平衡不碰撞。

TCL超级筒洗衣机T7H问世是TCL洗衣机始终洞察升级的用户需求,围绕用户核心痛点升级产品的一个缩影。截至2023年底,TCL冰洗累计专利申请数量2200多项,累计授权专利数量1635项,包括累计发明专利156项、PCT国际专利24件等,使TCL白家电在产品、技术、功能的创新有了更充足的底气。上面一系列数字意味着TCL洗衣机不断夯实在行业赛道的领先优势,引领中国洗衣机行业科技向上。

(王洋)