

# 小安海侃

## 伪科学育儿的“鸡汤”不要喝

何珂

关注育儿自媒体、参加付费育儿课程、购买各类博主推荐物……如今，互联网成了诸多年轻父母备孕育儿的的首选知识来源。但一些网络育儿自媒体炮制的标题，虽然很吸引眼球，获取的流量惊人，让人倍增信任感，但内容的科学性和专业性无法保证，导致育儿伪科学泛滥。

如今，育儿不再是简单的吃饱穿暖，而是涉及营养、兴趣培养、性格养成等多个方面，具有很强的专业性知识。“没有人天生就会当父母”。做一名合格的家长，需要用心尽力，也需要知识积累。而互联网上丰富的育儿知识，正好满足了对互联网依赖程度较高的新一代家长的需求。目前，网络上涌现出不少具有专业水平、能提供优质指导的育儿公号，但育儿类市场泥沙俱下的问题仍不容小觑。比如，不管什么人，白大褂一套就是医生；有些爆款文章表面传授育儿经验，背后却是一本营销账；一些育儿自媒体甚至走的是“涨粉—带货—变现”的商业路径。年轻父母一不小心，就容易被“伪专家”“伪育儿经”所欺骗。

祛除伪科学育儿自媒体，强化对自媒体的监管是根本。今年3月1日开始实施的《网络信息内容生态治理规定》明确了互联网平台的监管责任，平台应当建立网络信息内容生态治理机制，制定本平台网络信息内容生态治理细则，健全用户注册、账号管理、应急处置和网络谣言、黑色产业链信息处置等制度。部分育儿自媒体发布的“育儿伪科学”内容，已经涉嫌违规，对用户有误导作用，并且容易产生不良社会后果。平台应承担起管理责任，对这些自媒体账号进行封禁处理，并严把资格审核关，提高育儿自媒体的注册门槛，对博主的身份、资质进行严格审查，杜绝浑水摸鱼现象。

育儿伪科学泛滥，呼唤科学育儿知识尽快“补位”。有的家庭对于最常见的问题，比如要不要哄睡等，都能引起意见分歧，造成育儿困惑。因此，不妨鼓励社区、医院等开展保育知识与技能培训，广泛传播科学育儿观念，不让歪理有机可乘。互联网育儿知识“正规队”的出现，既能以正视听，也能够助力祛除自媒体传播伪知识的乱象。当然，自媒体创业者，也要明白内容为王，不能被流量带偏、被狭隘利益驱使，为家长们提供科学有效的育儿知识。

实现科学育儿，家长特别需要擦亮眼睛，认真鉴别。在教育引导下，不少家长已经能够破除网络自媒体的营销套路，主动远离那些“标题党”。生命是有个性的，育儿不能照本宣科，为人父母要有自己的思考，在陪伴孩子成长的道路上，思考教育的方法和意义，建立良好的亲子关系，让孩子受益终生。



# 社区团购戴上“紧箍”

本报记者 陈树琛

如今，买菜变得非常简单。你可能不需要下载任何 App，直接在微信群里选中中意的菜品，微信付款，你要的菜就会送到你家门口，不仅方便快捷，而且价格便宜。

社区团购，这种被称为 2020 年“最后的一把火”的购物模式，正成为老百姓日常生活的一部分。但是在火爆的同时，这种模式也带来不少“成长的烦恼”。



## 被疫情改变的买菜模式

晚上 7 点半，合肥上班族小婷下班后来到小区门口的菜鸟驿站取快递时，顺便把在社区团购平台上下单的蔬菜、水果一起拎回家。小婷告诉记者，她前一天晚上在团购微信群里通过小程序下单，第二天“团长”在群里通知她菜和水果已经送到，随时可取。而在合肥高新区枫林路某社区菜鸟驿站，店长兼“团长”小梅，在消费下单后的第二天便等到平台统一派送的货物，她按照小区业主的需求将订单分装好，通过微信群通知他们来自提。这便是社区团购的一个基本流程。

早在 2013 年，社区团购网站就已出现，居民通过网站搜索团购产品或服务，电话预定后到商铺消费并向商家付费，这便是社区团购早期的模式。今年，随着互联网巨头的介入，社区团购迎来热度巅峰。目前，包括阿里、美团、京东、拼多多、滴滴、腾讯等在内的头部互联网企业，都直接或间接地参与到这门“生意”之中。

这与今年初暴发的新冠肺炎疫情密不可分。疫情不期而至，全民都经历了一次前所未有的“家里蹲”状态，大家宅在家里哪都去不了，更多的人开始把买菜做饭的目光转向互联网。与此同时，不少社区门店经营困难，也在通过网上寻找新的业务。双方一拍即合：社区团购平台提供产品，社区门店提供接货地点，店老板则变成“团长”负责在社区微信群里发布信息、订购和发放货物。

如果说，电商直播打开了全领域线上销售的新局面，那社区团购便是打开了线上团购的新领域。小梅告诉记者，平台根据需求采购货品数量，直接从仓库发货，然后送至“团长”指定地点，由消费者自提，即“预售+次日达+自提”的模式，这种模式融合了新零售和社交电商的特性。

据记者了解，社区团购具有完整的产业链。社区团购的平台会搭建一个中心仓和多个共享仓。大部分供应商在中心仓附近建仓租仓，方便给中心仓供货，之间的运力部分由平台方负责。每日或每批团品截单后，中心仓会开始按用户所在区域进行整体分拣，并经货运配送到城市中的网格仓。完成分拣和打包的商品最终由加盟方配送到负责的各个门店，平台向加盟方支付每单履约费用。“团长”收到货品后将其暂存，然后通知用户前来取货、核销提货码，并在完成订单交割后获得一笔佣金。

## 野蛮生长亟待规范

艾媒咨询数据显示，2020 年社区团购市场发展迅猛，市场规模预计将达 720 亿元，同比增长高达 112%。同时，社区团购市场持续下沉，有望在 2022 年达到千亿元级别。而随着互联网巨头的纷纷入局，社区团购引发一场到底是“与民争利”还是模式创新的大讨论。首当其冲的，是团购平台进行的非理性补贴。

目前，社区团购已成为各大企业争相布局的重点。短短几个月时间，社区团购的赛道已经聚集了各大互联网巨头。这些巨头通过推出秒杀活动、首单优惠、平台优惠券等方式以极低的商品价格吸引用户，社区团购竞争逐渐进入白热化阶段。

在各大巨头争相投入大量资源、抢占社区团购“蓝海”的同时，市场对于社区团购的争议也逐渐升温，这其中既有对相关团购商品质量的诟病，更有对当前巨头们通过“烧钱”跑马圈地模式的担忧。企业为抢占社区消费这块蛋糕，依旧是通过烧钱补贴、低价倾销的方式，结果往往是只能给社区居民带来短暂红利，一旦烧钱大战结束，居民则要为企业的烧钱行为或垄断行为买单。也就是说，企业前期以“优惠”为噱头付出的成本要在后期由社区消费者承担。

而且，这些互联网巨头企业凭借自身的平台优势，强力挤压原有市场空间，不仅影响卖菜商户的生计，还会造成社会基层劳动者失业。此外，低价倾销会损害农产品供应体系，由此带来的不良影响还可能传导至菜农。目前，一些社区团购平台已经出现了严重低价现象，甚至个别品项远低于出厂价，影响严重。

社区团购平台非理性的补贴背后，是电商行业对传统零售带来的冲击。“平台上购买的蔬菜和水果并不是很新鲜，如果自己去现场选购，绝对不会买这种品质的商品。”合肥高新区一位经常使用社区团购的顾客蕾蕾告诉记者，平台高额补贴的背后，菜品品质和整体体验并不能得到保障。

业内人士认为，以补贴方式推广社区团购，涉嫌不正当竞争。这些平台资本以提高效率的名义，试图用低价倾销的方式将实体店对手挤出市场。一旦形成某种程度的垄断后，这些平台资本就会考虑放弃补贴政策，转而依靠网络效应提高上下游两头的的使用费用。共享单车、网约车等已经有过前车之鉴。

## “九不得”为社区团购划定红线

野蛮生长的社区团购迎来监管重拳规范。

12 月 22 日，国家市场监管总局联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会，阿里、腾讯、京东、美团、拼多多、滴滴 6 家互联网平台企业参加。会议要求互联网平台企业严格遵守“九不得”，涉及不得滥用自主定价权进行恶性价格竞争、滥用市场支配地位、虚假宣传及商业诋毁、大数据“杀熟”、利用技术手段损害竞争秩序、非法收集消费者个人信息、销售假冒伪劣商品等 9 个方面。

时下，社区团购成为“新风口”，互联网巨头烧钱抢占市场流量，也给深耕社区团购的原生创业企业带来一定冲击，此种恶性竞争对行业良性发展是一种伤害。“九不得”的出台无疑是“及时雨”，采用行政指导方式给社区团购领域现存的问题划下“红线”，体现了监管的态度。

专家普遍认为，尽管获客、引流对企业在新领域中能否发展起来很重要，但“价格战”并非一个明智的选择，让消费者对于平台产生依赖、好感，需要的是平台服务品质、商品质量以及售后服务等综合能力。

目前来看，大多社区团购企业在抢占市场的同时忽略了供应链的问题，这也是社区团购中尤为重要的一环，如果想靠性价比和服务优势突围，还得靠强大的供应链、完善的售后体系以及末端配送优势。只有全方位服务好消费者，把货品品质关，社区团购才能获得长久发展。

“九不得”对社区居民、卖菜商贩、农产品供应方来说，是一颗“定心丸”。对各地有关监管部门而言，监管工作有了更为具体的指引和依据。从长远来看，“九不得”最终也有利于互联网平台企业。虽然“九不得”的目的是为了约束电商巨头，但它也会反过来有利于电商平台行稳致远。规范后的社区团购市场，不仅避免出现少数几家垄断企业恶性竞争的局面，而且可以更好促进社区团购市场的健康发展，释放出社区团购在民生方面具备的更多潜力。



# 网络求职被骗、简历被卖？人社部出手了！

针对网络求职被骗、简历被卖等问题，人力资源和社会保障部日前公布《网络招聘服务管理规定》，明确要求人力资源服务机构对用人单位所提供材料的真实性、合法性进行审查，不得泄露、非法出售、非法向他人提供其收集的个人信息，违者将被处罚。

网络招聘已经成为人们求职和用人单位招聘的主渠道。数据显示，截至 2019 年末，全国共有 3.96 万家人力资源服务机构，人力资源市场网站 1.5 万个，2019 年发布网络招聘信

息 4.04 亿条。网络招聘在为求职者提供快捷便利服务的同时，也出现了部分求职者投递简历后屡遭陌生来电和短信骚扰，甚至陷入非法传销、情色招聘陷阱等现象。

人社部人力资源流动管理司相关负责人表示，这背后，确实存在一些机构未经许可擅自从事网络招聘服务、对用人单位资质和招聘信息真实性与合法性审核把关不严、非法使用个人信息、违规收取费用以及监管方式不足等问题。

“针对这些问题，我们及时出台规定，明确从事网络招聘服务的人力资源服务机构应当健全用户信息保护制度，不得泄露、篡改、毁损或者非法出售、非法向他人提供其收集的个人信息、年龄、性别、住址、联系方式和用人单位经营状况等，违者将依照《中华人民共和国网络安全法》等予以处罚。”这位负责人说。

按照规定，用人单位提供的招聘信息应当合法真实，不得含有歧视性内容。从事网络招聘服务的经营性人力资源服务机构不得向劳

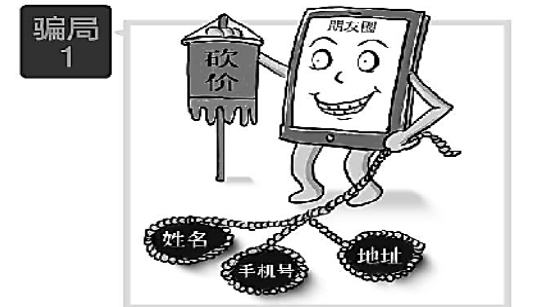
动者收取押金，应当明示其服务项目、收费标准等事项。发布招聘信息不真实、不合法的，有违法所得的，将被没收违法所得；情节严重的，将被吊销人力资源服务许可证。

作为我国网络招聘服务领域第一部部门规章，规定将于 2021 年 3 月 1 日起施行。

(新华社)

·网络 e 站·

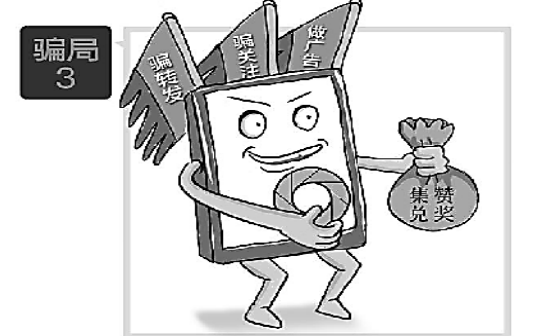
## 朋友圈



来历不明的链接套走个人信息 警惕!



多加核实 避免让自己的爱心被骗取 警惕!



泄露信息或买到假货 警惕!



泄露个人隐私 警惕!



银行卡里的资金被盜取 警惕!

警惕朋友圈常见骗局

关救生绘