

M 民声焦点  
inshengjiaodian

# 新能源汽车充电 几家欢乐几家愁



位于漳华路与大通北路交叉口的新能源汽车充电站

“油价又涨了,早知买新能源车了。”“不行啊,小区里没有充电桩,可能会不太方便。”近年来,随着新能源汽车技术的不断成熟,电动汽车已逐渐进入市民的购车备选车款,但除了考虑节能环保和国家补贴政策之外,不少人也把充电方便与否列入购车需慎重考虑因素之列。我市目前新能源汽车充电情况如何呢?记者就此进行了走访调查。

## 现象: 公共充电桩布局不够便民

记者从市公安交警支队车管所获悉,截至9月30日,我市新能源汽车保有量已达11025辆,其中多城区2454辆,龙文区1789辆。且该数据不包含2017年12月以前注册登记且未换发新能源汽车号牌的新能源汽车。可见,如今我市的新能源汽车数量已经不少,车主们为爱车充电方便吗?针对此问题,记者走访了市区多个居民小区及公共充电站点。

“本来今年想给老婆买一辆新能源汽车,但物业说小区暂时不会设置充电桩,家附近也没有充电桩,买车的事只能搁置了。”家住市区华元小区的冯先生说,“车型都看好了,本想趁着有新能源补贴的时候购入。”

“每天我都要提前把车开到公司附近找好充电桩充电,再步行去上班。小区物业说不能装,自己加装也不行。”家住御龙天下的陈先生告诉记者,“购房的时候倒也说明了情况,销售还建议业主暂时不要考虑购买新能源汽车。”陈先生希望公共充电桩能再多些,更便民些。

在市区万科玖龙台停车场,记者看到成排的电动汽车充电桩已安装完毕。但据业主陈先生透露,这些充电桩使用了许久,可能因为软件原因暂未投入使用。

“充电桩的安装考虑选址以外,也要以场地允许及电力配套为基础。”福建诚毅电力设备有限公司总经理陈煜坤说,“一些老旧小区由于建造过早,设计时未考量新能源充电设备,可能存在电力容量问题。”

在市区江滨路附近一充电站内,市民戴女士正给车辆充电。“我们家

属于老旧小区了,目前没有充电桩,还好附近有私人运营的充电站,充电位十分充裕,且离家步行大概只需要五分钟。”她今年刚购入新能源汽车,目前充电方面还算方便并未遇到问题。

在龙文区宝龙广场地下停车场内,也能看到一排排电动车充电桩的身影;在市区多个加油站旁的空地上,也有国家电网电动汽车充电站,到站车辆几乎不用排队,随到随充。记者在导航软件上搜索“充电站”,也浮现出不少私人充电站。

采访中不少新能源汽车车主表示,尽管近几年充电桩数量有所增加,但在布局上并不是很便民。“最好在各个小区门口多装一点,这样方便上下班的居民充电。”一位新能源汽车车主对记者说。

可见,如今我市新能源车充电存在着“几家欢乐几家愁”现象,充电站

的数量其实并不少,问题或许出现在了布局合理性和管理科学性上。

## 部门: 我市积极破解新能源汽车“充电难”

记者从市发改委获悉,截至2021年9月底,我市已累计完成投资约4.5亿元,建成了4364个公共标准充电桩。市发改委交通能源科工作人员表示,根据《福建省发展和改革委员会关于印发2021年电动汽车充电基础设施建设专项行动实施方案的通知》的文件精神,未来我市将优先建设公共服务领域充电基础设施,重点推进公共服务场所公共充电桩,老旧小区和机关、企事业单位的充电桩建设,加快补齐乡镇充电基础设施短板。

值得注意的是,我市今年计划完成投资4000万元建成400台公共标准充电桩,截至9月底已完成投资

3009万元建成了418台,充电桩数量年度任务已提前超额完成。

在空间布局方面,市政协委员赖如金则建议应更进一步优化。“充电桩的选址布局应向电动汽车流量相对集中的市中心靠拢,方便车主找到公共充电桩。”他补充道,“新能源汽车配套设施建设应列入城市总体规划,确保充电桩服务站与城市建设、道路同步规划建设,争取达到燃油汽车加油的方便程度,为新能源汽车的推广和普及奠定基础。”

赖如金还建议,要按照“谁建设、谁受益、谁管护”原则,加强对已建充电桩的巡查、检修;交警部门或停车场主管单位可在装配充电桩的车位张贴禁止燃油车停放标识,加大对占用或损坏充电桩行为查处力度,确保充电桩最大限度发挥作用。

■本报记者 李伟文/图

## S 声音 hengyin

### 赠品有问题 也可依法维权

#### ■ 关育兵

“双十一”期间,通过给予赠品,促使消费者购买商品,成为商家颇为热衷的营销方式。

不少商家在营销中明确表示,赠品不属于商品,不保证其质量。一些消费者也因其是赠品,或多或少认可商家的说法。其实,赠品也是商家提供的商品,需要履行《消法》相应的责任。如果消费者发现赠品存在问题,也可以依法维权。

赠品作为商业赠与行为,其实质是一种附条件赠与行为。因为商业赠与是买方必须先购买卖方商品,并且在支付对等的价格后,才能享有取得赠品的权利。可见,附赠行为与销售行为本身是密不可分的,究其实质仍是一种有偿买卖的法律关系。

商家承诺购物送赠品实质上是一种要约行为,只要做出承诺,

该合同即告成立,商家赠送物品就成为买卖合同中的一项条款,商家就有义务按照与消费者的约定提供赠品。这些赠品必须符合国家有关标准,是合格的产品,而不能欺骗消费者。

赠品也是商品,因此商家不应当按照约定交付赠品,同时要保证赠品的质量。根据《消费者权益保护法》规定,在“经营者向消费者提供的商品和服务”的表述中并没有排除包含赠品,消费者因购买商品获得赠品,消费者就与商家形成一种消费关系,如赠品有质量问题,商家应对其实行“三包”,即包修、包换、包退。如赠品有质量问题,同样受到法律保护。

当然,消费者如果退货也需要将赠品一并退还,避免纠纷。如果出现纠纷,及时联系商家协商处理,协商不成可以向平台、消保委或者当地市场监管部门进行投诉。

### 不要盲目给孩子进补

#### ■ 付彪

“双十一”到来,打开各大电商平台网站,各种儿童营养补充剂让人看得眼花缭乱。在商家的强烈攻势下,部分家长陷入营养补充焦虑,对照保健品宣传语查找孩子的健康问题,总觉得自家孩子缺这缺那。可是,这些儿童营养补充剂,是真能给孩子进补吗?

按照医学专家的说法,市场上多数儿童营养补充剂都是可补可不补的,婴幼儿基本都没必要专门进行补充。儿童营养补充剂之所以大有市场,主要源于部分家长对孩子的健康焦虑,即使自己的孩子各项检测指标都正常,看到别人在给孩子服用营养补充剂,盲目之下成了商家忽悠的“易感人群”,进而也跟着给孩子额外补充。

盲目给孩子进补也会带来危害。

根据科普,水溶性维生素属于小分子,容易随着体液排出,但维生素A、维生素D、维生素E等脂溶性维生素以及各种矿物质元素,则很难被排出体外,补充过量易引发中毒,对身体产生副作用。

笔者在一些电商平台及药店、母婴店看到,各种儿童营养品、保健品被放在醒目位置,价格从十几元到几百元不等,各种直播宣传及拼单打折等活动,吸引着许多消费者的眼球。这也证明了在盲目消费之下,儿童营养补充剂的受欢迎程度一直居高不下。

笔者认为有关部门对营养品市场的监管力度仍需加大。要加大对保健食品和婴幼儿营养品的抽检力度,严查严打非法添加、虚假宣传等行为,进一步规范营养品市场。同时,加强正面宣传,普及正确的进补知识,为儿童健康成长保驾护航。

## @漳州市民 大件垃圾可免费上门清运

本报讯(记者 俞映云 通讯员 郑舒宁)10月26日,本报刊登《让大件废旧家具“有家可归”》一文,引起读者广泛关注,不少读者来电表示自己也碰到这方面的难题。记者从市环卫中心获悉,我市已开通免费上门清运大件垃圾预约服务平台,由漳州环境集团对主城区所有物业公司管理的居民小区及单位等所产生的大件垃圾(不含装修垃圾、土头等)进行免费收集清运。

据了解,目前此服务仅针对小区及单位,市民需自行将杂物搬至小区内统一的大件垃圾堆放点。待大件垃圾积累至一定数量的时候,由物业或单位统一进行预约处理。小区物业和单位可关注“漳州环境集团有限公司”公众号,点击“环境服务”中的“大件垃圾清运”填写意向表并提交,预约上门收件服务。

那么,回收后的大件垃圾会去哪

里呢?据了解,经过专用收运车的转运,这些大件低值垃圾会被运到大件垃圾拆解场,分别进入布料区、木材区、金属区等区域,由工作人员按规范要求集中拆解,杜绝二次污染。拆解后的大件垃圾大致分为不可回收物、铁皮、木料、废纺织品、废玻璃等,不可回收物回送至垃圾焚烧发电厂焚烧发电,其他则会分别送到各类工厂进行加工并循环利用,开启“美丽重生”。

大件垃圾免费上门清运是一项便民的措施,不仅解决了市民处理大件废旧用品的苦恼,也保护了小区的环境卫生,同时有助于我市更好地开展生活垃圾分类工作。我市大件垃圾预约服务按照平台预约—上门收集—规范拆解—资源化利用或无害化处理的闭环流程有序进行。截至10月1日,平台自开通以来总收运量约19941.02吨。



10月29日下午,市区夏商·阳光雅苑小区,两名环卫工人正在将小区内的大件家具运送到环卫车上进行压缩处理。

■本报记者 李林 摄

### “共享头盔”模式值得推广

#### ■ 刘天放

据媒体报道,近日四川广安市公安局交警支队第一大队民警在开展电动车安全头盔佩戴宣传整治行动中发现,部分市民朋友骑行电动车时,常常忘记佩戴安全头盔。为进一步提高安全头盔佩戴意识,有效减少交通事故伤亡情况,该大队联合爱心企业,在辖区投放了“共享头盔”。

和其他“共享经济”运行模式不同,“共享头盔”无需押金,也不用支付租借费用,是纯公益性免费出借。“共享头盔”的借还方式很简单,市民只需登记使

用人的姓名、身份证、手机号码等基本信息后,即可免费借用,在规定时间内到任一归还点即可归还,交警会对使用过的头盔进行消毒处理。这样的共享不禁令人眼前一亮!

当前,骑电动车戴头盔已经成为安全出行的标配。由于种种原因,造成骑车人无法佩戴头盔的情况下,“共享头盔”无疑是一个很好的选择。对于增强人们的安全意识,自觉遵守交规,减少事故发生,无疑具有积极意义。笔者认为,在共享经济如火如荼的当下,“共享头盔”模式值得借鉴和推广。

## Y 有照为证 ouzhaoweizheng



夜幕降临,位于漳州旧火车站前广场的新夜市,琳琅满目的商品吸引了不少市民前来购物。商贩们的叫卖声,市民的讨价声,构成了别样的烟火乐章,好不热闹。

本报记者 黄子君 摄

## “一只鞋”温暖一群人

#### ■ 何勇海文 杨靖画

“我的梦想不大,就是找一个跟我脚一样大的人合伙买鞋。”贵州的刘文燕在4岁时因车祸截肢后,买鞋的问题困扰了她33年,“新鞋也只好穿一只扔一只。鞋子为什么不能只买一只?”这是一个多数人忽视的问题,却是一个群体的真实需求。近日,中国残疾人联合会旗下中国残疾人福利基金会联合天猫及7家品牌推出“一只鞋计划”,以一双鞋一半的价格,为残障人士提供单只鞋销售服务。

(10月27日《北京青年报》)

一只鞋跟两只鞋一样,都是正常的消费需求。如今,相关方面联合电商平台、品牌企业推出“一只鞋计划”,虽是一次商业活动,却是带有公益性质的商业活动,值得点赞。

一方面,此举是对肢体残障人士购鞋困扰的有效纾解,能减轻其经济负担,体现出对特殊商业需求群体的关怀。有数据显示,中国肢体残障人士数量达2400余万,他们需要无障碍设施,也需要更加适配的商业服务,包括销售单只鞋子。然而长期以来,肢体残障者这一需求被长期忽略,让他们常常产生

难言的心酸。而“一只鞋计划”,以一双鞋一半的价格,将单只鞋子卖给肢体残障者,他们也就不必担心浪费。

另一方面,“一只鞋计划”势必牺牲相关商家的商业利益。业内人士透露,商家长期不提供鞋子单卖,是因为厂家不生产一只鞋子,都是成双生产;而厂家不生产单只鞋子,是因为鞋的底子是成双购买的,卖底子的也不单卖给厂家,故鞋子从没论只卖。所以,“一只鞋计划”的背后,并不只是一双鞋拆开卖那么简单,各个供应链都要调整,为配合论只销售,厂商还需改进鞋盒包装、仓储管理等,这些都会产生不小的隐性成本。另外,论只卖鞋还可能造成“左右供需”不平衡,一边销售得多,另一边销售得少,给厂商造成经济损失。可见,“一只鞋计划”体现出相关商家的社会责任和担当。

从报道可知,“一只鞋计划”商家拟在今年“双十一”期间上线一只鞋产品,消费者直接在线下单即可。



## D 道听图说 aotingtushuo

“双十一”一过,这个计划是不是就会被取消呢?笔者希望“一只鞋计划”是个长期计划,并且激发更多市场力量参与进来。而且,残疾人并不需要一只鞋,还需要更多特需服务,各类厂商不妨多想很多“多数”之外的“少数”,拓宽生产销售视野,让残疾人像正常人一样,受到市场的平等尊重。商业文明就是这么提高的。