

有话直说 &gt;&gt;

老穆

# “征信修复”是黑坑 守牢诚信莫招损

记者日前从中国人民银行大同市中心支行了解到,在我市开展的“征信修复”乱象专项治理百日行动中,该行采取有力措施,打击“征信修复”乱象,截至4月底,全市涉嫌“征信修复”违法行为的市场主体全部清零。(《大同晚报》5月9日)

大多数人对“征信”一词并不陌生,随着社会诚信体系建设及金融体系不断完善,征信信息及信用数据对个人的价值和意义凸显。但说到“征信修复”,好多人可能就有点了:征信还能修复?谁给修复,如何修复?其实,社会上“征信修复”已经风靡一段时间了。

那么,何为“征信修复”?要从信用报告说起。

信用报告是记录个人信用信息的一种报告形式,可以比作是一个人的“经济身份证”,主要包括个人基本信息、信贷信息等,

广泛应用于银行贷款、申请信用卡、升学就业、高消费等多个领域。信用报告关系着个人的金融生活,一旦出现不良记录就可能产生贷款通不过、信誉受损等负面影响。

“个人征信报告修复,一条1000元至2000元。如果修复不成功,可以退款。”当你因为征信记录上有还款逾期信息而发愁时,有人打出这样的广告宣传,你会相信吗?一些不法分子就是瞅住有人急于消除不良征信记录的空子,以“征信修复、洗白、铲单”“异议投诉咨询、代理”为名招揽生意,收取高额服务费。

有关部门提示:征信领域不存在“征信修复”一说,个人和企业有信用卡或贷款逾期、未履行担保责任、失信被执行等情形,就会产生不良征信记录,正确无误的不良征信记录是不会删除或更改的。所谓“征信修复”机构的业务大多是材料造假、伪造证明、

恶意投诉、欺骗银行,所有声称合法的、商业的、收费的“征信修复”都是骗局。

有人提出这样的疑虑:征信修复在法律上是否被允许呢?严格来讲,法律层面也没有修复一说,只能叫异议。

《征信业管理条例》规定:信息主体认为征信机构采集、保存、提供的信息存在错误、遗漏的,有权向征信机构或者信息提供者提出异议、要求更正。经核查,确认相关信息确有错误、遗漏的,应当予以更正;确认不存在错误、遗漏的,则取消异议标注。

征信异议实质为“纠错”,就是对错误或遗漏的数据进行更正或补充,并不是发生失信行为之后的信用重塑。无论是征信机构还是商业银行等信息提供者,都不能修改、删除信用报告上正确的征信信息,只有征信信息的报送机构才有修改权限。

所以,若想找人帮忙消除不良信用记

录,这样的愿望只能是空想,“花钱消灾”最终会落入不法分子的圈套。

“征信修复”骗局严重损害社会诚信。为净化征信市场环境,切实维护信息主体合法权益,按照央行统一部署,从今年4月起,各地人民银行联合发改委、市场监管、公安、文明办等部门,开展了“征信修复”乱象专项治理百日行动。

在有关部门整治乱象、打击违法、净化市场的同时,广大群众也要增强防范意识、法律意识,不要被“征信修复”噱头忽悠。如果对信用记录有异议,要通过合法合规的渠道提出;如果征信记录有污点,一定要终止不良行为,实现信用重建。更为重要的是,要养成合理借贷、量入为出的良好习惯,不要过度借贷、盲目借贷,要珍惜、保持良好信用记录,守护好个人征信这张“经济身份证”。

新华微评 &gt;&gt;

华声

## 关键时期 切莫“松气歇脚”

当前,疫情防控工作正处于“逆水行舟、不进则退”的关键时期和吃劲阶段,一些地方与疫情的较量正处于胶着状态,远没有到可以松口气、歇歇脚的时候。

抗疫,比拼的是意志,考验的是耐力。当此之时,更需克服麻痹思想、厌战情绪、侥幸心理、松劲心态,以时不我待的精神、分秒必争的行动,做好核酸检测、流调溯源、社区管控等各项工作,不断巩固来之不易的防控成果。

坚持就是胜利,放松则前功尽弃,抓实则曙光在前。坚定信心,慎终如始,我们定能打赢抗疫这场大仗硬仗。 据新华社

一吐为快 &gt;&gt;

任翔宇

## 理性看待热点

每周都有热点,每天都有新鲜事,有的关系民生,有的关乎舆论导向,比如网传的各类明星的八卦消息。

尽管报纸、杂志、网络、手机,甚至微信已经让我们获得消息的渠道越来越宽,但是我们面对那些大量转发的碎片化信息,往往又会因为主观判断和信息不全造成不全面、不完整的传播。所以负责任的媒体除了消息披露,还应该更功能化,现场呈现,背景挖掘,受众反馈,互动参与,都应该是传播链条上的一环。

这个时代里,其实每个人的行为是无法遁形的,互联网上的“人肉搜索”固然一度遭到质疑,反映出的结果却是无可辩驳——行必留痕。热点事件上,媒体是传声筒,但不应该仅仅是传声筒,还是挖掘机。于是问题来了,这问题不是“哪家强”的自问自答,而是怎么挖才能让受众获得真相,才能最大限度保护受害人,才能举一反三、给更多人启示。负责任的媒体,必须有怎么挖的自我约束感,不是所有的矿产都要铲光挖尽,也不是所有的细节都要一一呈现,更不是越俎代庖地代入解读。同样,对于在抖音在微信在快手这些平台上发素材的人来说,在“人人都是麦克风”的自媒体时代,人人都该有责任意识,否则,道听途说或是遐想臆断而引发的发酵,就不是一句“我就转发了一下”那么简单了,细究起来,恐有违法违规之嫌。

热点此起彼伏,不断涌现又不断被新的热点替代,套句武侠小说里惯有的话,“有人的地方就有热点”。只看个热闹一笑而过倒无所谓,而要想从一次又一次的热点里寻找规律、看清真相,就需要足够理性。



有感而发 &gt;&gt;

魏冬妮

## 让劳动成为生活“必修课”

近日,教育部正式印发《义务教育课程方案》,劳动课将成为中小学的一门独立课程,劳动课程内容结构中除了清洁整理、烹饪、使用电器等日常生活劳动,还包括生产劳动和服务型劳动两个选项。

清洁卫生、收纳整理、洗锅做饭、家电的使用与维护等生活基本技能,在老一辈人看来是自然而然的,而在当今的一些年轻人中,却成为十分困难的事。不少年轻人外表光鲜亮丽,家中却一片狼藉,吃饭不是食堂就是外卖,甚至成家后还需要长辈定期去帮忙打扫做饭。上年纪的人常常不明白,为什么这么简单的事情年轻人却做不好、做不了?

反观老一辈人的童年,几乎都是在干活儿中度过的,劈柴烧炭、生火做饭、喂鸡喂鸭,照顾弟妹妹妹,去了学校还有许多劳动项目,身边的人都在干活儿,耳濡目染,无师自通。

如今劳动课将正式成为中小学的独立课程,能让孩子从小明白,洗锅做饭、打扫房间等日常家务是每个人都应具备的生活技能,一定程度上弥补了当代年轻人的教育短板。引导学生树立正确的劳动观,形成崇尚劳动、尊重劳动、养成劳动的习惯,这样才能把孩子培养成为德、智、体、美、劳全面发展的新时代好少年。

一针见血 &gt;&gt;

土土绒

## 口腔正畸低龄化,又一场贩卖焦虑的生意!

近几年,在青少年和成人整牙热潮中,一些商家将眼光投向低龄儿童口腔市场。在一线城市及东部沿海地区,儿童口腔连锁诊所随处可见。据媒体报道,在这类儿童口腔诊所中,低龄矫治已经蔚然成风,甚至建议一岁半的儿童佩戴牙套,在他们的营销话术中,牙颌畸形越早治疗,花费的时间和金钱成本越低,“基本不复发”。

事实上,在权威专家看来,“早发现早治疗”的概念在儿童领域是错误的。中外许多研究显示,所有种类错颌畸形的最佳矫治期均在8岁之后,有的人在8岁后矫治效果更好,有的人4岁矫治和8岁矫治效果相同,但出于对幼儿的人道关怀,并不倡导过早矫治。

没有哪个家长愿意自己的孩子遭受痛苦,但当商家打着“为孩子好”的幌子进

行营销时,内心的堡垒就很容易被攻破了。颜值焦虑之下,家长们普遍愿意为孩子的外貌花钱。另一方面,一些诊所则反复宣传“越小治疗效果越好”“等长大了再处理,问题越大,小朋友越受罪”,人为制造治疗的紧迫感,仿佛家长不治疗就是耽误了孩子。甚至还有儿科诊所编造出一些子虚乌有的口腔问题,劝说家长治疗。在这样的心理攻势之下,家长们纷纷为低龄孩子正畸掏钱也就不奇怪了。

类似的套路并不少见。都说孩子的钱最好挣,通过贩卖焦虑来挣孩子的钱,更是成为某些商家牟利的“捷径”。不久前,媒体就曾报道婴儿头型矫正“头盔”,为了让孩子有一个“完美”的头型,家长需花数万元,让婴儿每天佩戴这种头盔23小时,并且商家还不保障效果。而实际上,

只有在头型严重不对称的情况下,医生才会建议使用头盔矫正。

“再不矫正就晚了!”“3岁前一定要做这件事!”“不治疗害了孩子一辈子!”类似的话术在不同场合频频出现,表达的内容各有不同,核心逻辑却出奇的一致:通过夸大甚至虚假宣传来制造焦虑,营造紧迫感,让消费者在慌乱中听信宣传,乖乖掏钱。因为家长对孩子的重视,这种焦虑营销在儿童、婴幼儿市场往往特别容易“奏效”。

既然如此,家长们就更应该冷静下来,了解并识破套路,而不能一涉及孩子就乱了阵脚。孩子的身体健康出现任何问题,都应去正规医院诊疗,千万不要听信一些小诊所忽悠。让医学问题归医学,让商业营销褪去“画皮”,别让自己对孩子的爱被某些不良商家所利用。 据光明网