

## 热议

## 雪乡吸引游客不能仅靠“明码标价”

“明码高价”是狭隘功利的旅游经济思维使然，与一种景区通病——“门票依赖症”一脉相承。单向依赖高价门票收入和强硬的管理收费模式，没有长远规划是当下雪乡乃至不少景区盛行的一种“敛财之道”，从而导致游客颇有怨言。

□斯涵涵

眼下北方又到了看雪的季节，经过整改的黑龙江雪乡近日开园，以明码标价的形式承诺不宰客。据央视报道，普通炕位380元/天，标准间880元/天，豪华双人房1580元/天，商务套房2580元/天，节假日可上浮15%到30%，各种雪上娱乐项目几乎没有低于百元的……看到雪乡的明码标价，很多人都表示不敢相信自己的眼睛，认为明摆着还是在“宰客”。

人们都还记得去年冬天媒体披露的雪乡宰客事件：一碗泡面卖到60元；导游对旅游项目强买强卖；商家坐地起价，预订好的房间说取消就取消，甚至把游客的行李扔出窗外……现在，雪乡明码标价，试图彻底去掉“宰客”不良印象，不料标出的价格让不少人觉得太离谱，雪乡“宰客”的帽子能不能摘下，这下看来有点儿悬了。两万元才够一家三口玩转雪

乡，如此高价，让游客惊呼：“去北海道看雪也不要这么贵！”

在笔者看来，“明码高价”是狭隘功利的旅游经济思维使然，与一种景区通病——“门票依赖症”一脉相承。单向依赖高价门票收入和强硬的管理收费模式，没有长远规划是当下雪乡乃至不少景区盛行的一种“敛财之道”，从而导致旅游景点乱象丛生，游客颇有怨言。

吸引游客不仅仅需要“明码标价”。其一，当下的旅游市场竞争激烈，雪乡虽然旅游特色鲜明，但并非不可替代，一看到雪乡的“明码高价”，游客就有可能选择其他地方。可见，若还抱着落后的经营思维不放，势必会让消费者用脚投票。

其二，金杯银杯不如消费者的口碑，良好的口碑依赖于游客的口口相传及上佳的消费体验。去年，关于雪乡的曝光及评价，已经让

雪乡的品牌遭受“污染”，如果还不彻底改变这种粗暴的思维模式，管理工作不到位，雪乡只会让广大游客“望而却步”。

“明码标价”遭遇消费者吐槽，值得雪乡反思。当地主管部门要密切关注游客的反馈，要调整急功近利的发展思路，不要只盯着价格做文章，而要加强自身对旅游市场的监管和服务职能的转变，统筹安排，健全价格管理等监管体系，在规范雪乡旅游市场发展的基础上，实现雪乡的业态升级。景区从业者也要全面学习一下旅游经济学和游客心理学，用心领悟西湖等景区的成功经验，拓宽景区项目和转变经营理念，强化景区规范化管理，保持鲜明的地方特色和民族文化，缔造别具特色的旅游文化和良好口碑，用最大的诚意、最好的服务打造一流的旅游产品，让雪乡“物有所值”，方能激起旅游者的出游冲动，挽回游客到此一游的信心。

反家暴的扣子  
从一开始就要扣好

□毛建国

任何一种家暴，背后肯定都有原因，但不管什么原因，都不是发生家暴的理由。

11月25日是联合国确立的“国际消除家庭暴力日”，设立的目的在于消除针对妇女的家庭暴力。据中国司法大数据研究院制作的一份有关离婚纠纷的专题报告中显示，在过去两年中全国离婚纠纷涉及家暴的一审审结案件中，有91.43%的案件是男性对女性实施家暴，家暴方式主要以殴打和辱骂为主，家暴隐痛已经绝非只是私事。

无论是反家暴还是“国际消除家庭暴力日”，都不是一个新话题，可今年还是给人一种沉重感。

任何一种家暴，背后肯定都有原因，但不管什么原因，都不是发生家暴的理由。对于网络上种种混淆是非、顾顾法律的观点、理由，从一个侧面表明，当前反家暴依然任重道远。

关于家暴，存在两个倾向性错误认识。其一是家暴不算什么大事。有法官透露，在接受法官询问时，一些施暴当事人会显露出云淡风轻的态度，并不承认施暴是违法行为，这种认识由来已久。

其二是一个巴掌拍不响，可怜之人必有可恨之处。在明星蒋劲夫家暴事件上，就有一种声音认为，女方“有错”在先，“是女孩的问题，他打得对，鼓掌”。不论女方到底有没有错，可是不管什么错，也不能上升到“家庭暴力”。从根本上讲，家暴行为源于一种“家庭霸权”，表现为一方在生活中追求绝对的家庭主导地位 and 话语权，而且是以最简单最直接的方式追求。法律对于家暴的态度十分明确，而且正如法官介绍的，“在目前的司法实践中，对家庭暴力的认定，不会因为存在反击行为而抵消”，这是一根碰不得的“高压线”。

关于遏制家暴，有人提到了第一次问题。在现实中，很多人抱着“家丑不可外扬”的态度，或许为了家庭和孩子选择了委曲求全，不料却是打开了“潘多拉的盒子”，从此陷入了一场无边无际的噩梦之中。从案例来看，很多家庭暴力受害者一开始默认、允许了暴力的存在，导致家暴一直持续乃至不断加重。因此，在第一次面对家暴时一定要零容忍，否则就会助长暴力的滋生和蔓延。

这其实属于反家暴的扣子问题。家暴行为的发生，看似是发生在成年尤其是成家之后，但在事实上，与很多人从小接受的教育不无关系——不少家庭很少提及男女平等，以及家庭成员之间的平等问题。从这意义上说，反家暴的扣子，从儿童时期就要扣好，要真正让孩子感受到什么才是现代意义上的家庭关系与夫妻关系。应该说，相对于过去，现在这方面已经好多了。

反家暴的扣子从一开始就要扣好。这个“一开始”，不仅是指发生第一次家暴时要勇敢站出来，还包括从孩提时代就要培养平等意识。还要指出，家暴包括躯体暴力、性暴力、经济控制以及精神暴力等形式，当下，既要反“显暴力”“硬暴力”，也要反“冷暴力”“软暴力”。

## @新闻短评

新闻：据红星新闻昨日消息，“仅需98块8建档费，就能获取368万元扶贫款。”当接到这样的电话后，很多人可能都明白这是一场骗局，但还是有人认为是天上掉下了馅饼，而这部分人被成功洗脑后，不仅没有获得巨额扶贫款，反而被骗取数万元到数十万元的财产。

点评：偷鸡不成蚀把米。

新闻：据《楚天都市报》11月25日报道，23日晚7时24分，外卖平台上出现一条接单信息：“帮我报警110，进了传销。110救人。地址正确的，房间6人。外卖不用送，帮我报警就好……”看到信息的骑手们纷纷报警，最终，武汉警方火速出警，将发布求助信息的一对男女解救。

点评：算是智取。

新闻：据《华商报》消息，11月25日，由中国唐史学会和汾酒集团联合主办的“杜牧墓保护研讨会”在西安举办。当专家学者赶到杜牧墓遗址时，不敢相信眼前的景象——这里只是一片残败荒凉的低洼菜地。虽然主办方在活动现场铺上了红地毯，挂上了条幅，可仍无法遮盖眼前的凄凉。

点评：折戟沉沙铁未销……



## 供需不平衡

临近年末，记者发现尽管价格不菲，不少月嫂公司的月嫂已预订到来年。月嫂需求大爆发的背后，一方面是二胎政策放开后新生儿增多，消费者对专业母婴护理需求日益旺盛；另一方面，月嫂行业门槛低，人员流动性强，时值年末部分月嫂返乡，导致月嫂供给短缺、供需不平衡的问题突出。新华社发 朱慧卿 作



## 立法真能管住“丧偶式”育儿吗

所谓“丧偶式”育儿，指的是家庭教育中父母其中有一方显著缺失。比如父母有一方长期外出，或者虽然父母均在孩子身边，但其中有一方对孩子的情感支持远远不够。

□光明

很多人常把“希望法律管管”挂在嘴边，可是法律真的什么都能管吗？近日，有媒体报道，江苏将立法反对“丧偶式”育儿，家长拒绝辅导孩子或被计入征信。新闻中提到，11月19日，《江苏省家庭教育促进条例（草案）》在江苏省十三届人大常委会第六次会议上被提交审议，省人大内务司法委员会委员莫宗通在《条例（草案）》的说明中提到，制定本条例其实是回应全社会加快家庭教育立法愿望的实际行动。

引起舆论关注的是其中一条：父母双方应当共同履行对未成年子女的家庭教育义务，不得以离异或者其他理由拒绝履行。一方开展家庭教育，另一方应当予以配合。对于父母不履行家庭教育义务，孩子可以向学校、居委会以及相关单位或组织求助，相关单位和组织应当及时处理。

所谓“丧偶式”育儿，大家应该都很熟悉，指的是家庭教育中父母其中有一方显著缺失。比如父母有一方长期外出（比如务工），或

者虽然父母均在孩子身边，但其中有一方对孩子的情感支持远远不够（比如当甩手掌柜、和孩子相处时间非常有限、缺少互动交流等）。此次针对“丧偶式”育儿立法，不由让人联想起“常回家看看入法”的那场争论。2013年，新修订的《中华人民共和国老年人权益保障法》实施，新法规定，家庭成员应当关心老年人的精神需求，不得忽视、冷落老年人；与老年人分开居住的家庭成员，应当经常看望或者问候老年人。虽然在该法律条文颁布当天，江苏无锡就出现了首个判例，但在日后，我们还是看到了因为缺少可操作性，法条陷入执行难的尴尬境地。

必须肯定，无论是对于子女多回家陪伴父母还是家庭教育缺位，立法提出的出发点都是好的，都希望能够扭转目前社会中某些失范的行为。但善意的初衷，不一定能取得理想的结果。回家或者是育儿都是道德义务，应由道德评价系统来进行行为的约束。在现实生活中，不能以道德弱化为由，将道德范畴的行为规范随意上升至法律层面。同

样，法律也有法律管辖的范围，其管辖的应当是最基础的社会关系，法律的标准应当是一个“最低标准”。

法律的生命力在于其适用度和执行力。这并不是说不能进行相应立法，而是这种立法只能是把愿望变成纸上的法律条文，而在现实中真正的作用值得商榷。如果不能执行，最后使人们对法律也失去了敬畏心理。就“丧偶式”育儿来说，经常在家庭教育中缺位的一方究竟要在育儿中占多大分量，哪里是底线，是一周陪孩子吃一次饭辅导一次作业，还是一周三次，法律很难给出明确的界定，而在育儿中参与程度低究竟会受到何种惩戒，也很难量化。

我们也应该认识到，无论是年轻人不能经常回家看看，还是父亲们忙于工作，疏于子女的教育，有的时候非不为也，实不能也，背后或许有着不足与外人道的生活的压力和困窘。当常识性的人伦行为变成大众普遍关注、舆论场探讨的问题，我们更应该好好考虑的也许是全社会的无奈和亲情教化的回归。