



如何治理“宰客门”

七嘴八舌

2月3日有网友晒出在海南三亚一家酒楼的消费单据照片,照片显示其点了20余道菜,共消费了7997元。其中,酸辣土豆丝57元,炒青菜72元。(2月5日《新京报》)苏州游客丁先生称在厦门一家海鲜排挡点了5菜1汤,其中只有三样海鲜,结账时达9560元。丁先生报警后,在警方协调下,店方退回3500元。目前该店已停业整顿,老板称点菜员是临时工,已被辞退。(2月5日《海峡导报》)

消费者要学会用权利维护权益

《消法》赋予了消费者九项权利,而消费者如果能够用好其中赋予的知情权、自主选择权、公平交易权、监督权,就能够有效地避免“挨宰”,就能够对不法经营者形成制约。当消费者一旦因不慎

或被迫“挨宰”,消费者就应该及时向消费者权益保护部门投诉举报,并通过网络、媒体等途径揭露曝光经营者的不法行为,这样,既对其他潜在的消费者形成了提示,也会对经营者形成压力,并很可

能导致经营者得不偿失——要么受到监管部门处罚,要么受到市场处罚。

消费者很有必要从自身做起,用足用好法律赋予的权利以维护权益。

李英锋

要找出压垮“宰客门”的最后一根稻草

旅游风景名胜地,何以总是“宰客”不断,成为公众心中难以挥去的痛?又为何,消费者显得如此无力,面对天价账单,只能先付款后曝光,甚至连曝光的勇气也没有?面对二连三的“宰客门”,要怎样才能渐渐关上……这,或许是每一个人心中皆存在的疑惑。的确,每个旅游过的人,都对“宰客时”自身的弱势

感同身受,我们在现实生活中,大多是遭遇过被宰的经验的,这些经历,只有金钱多少的区别,没有本质的差异。

既然每一个人都是潜在的受害者,那么我们必须呼吁关上“宰客门”。当辞退临时工这样的公关都出来时,我们发现,“宰客者”的公关学,其实也在不断地与消费者在博弈中发展。面对“宰客

门”,有时非不能也,实不为也。一个最简单的办法便是发现一起,严查一起,甚至进行“行业禁入”,不信这起不到任何的震慑效应!此时,最为关键的是,决策者能否有这样治理的勇气与决心?在有关部门充当保护伞的暧昧传闻中,如何找出压垮宰客门的最后一根稻草,是摆在眼前最为迫切的难题。

龙敏飞

W 微评论 wei ping lun

跨市补课不过是“地下补课”的一个版本

钱兆成

2月1日早晨,沈阳市雨田实验中学西校区400余名初三学生,携带被褥行李,与学校教工一起分乘10辆大巴,赶赴100公里外的鞍山市汤岗子镇一处建筑内补课。(《京华时报》2月5日)

首先不妨正面解读一下。面对补课风,“禁补令”横空出世,而且并不是“一风吹”的行为,各级教育主管部门不惜采取种种监控手段,借助诸多惩戒措施来巩固这一成果,以使中小学师生工作、学习负担得以减轻,使假日里的中小校园重新恢复了那份宁静。

然而基础教育并未沿着一个健康、良性的轨道运行。一批跨市补课的歪风应运而生了。如此一来,不仅耗费了学生的精力、体力,更无端地耗费着学生家长的钱财。

为何补课无所不用其极?原因很简单,虽然高考录取率在70%左右,但高录取率非但没有解决文凭之争,反而加剧了文凭的贬值。在就业机会没有提高的前提下,这无疑加剧了文凭竞争。这“分分分”依然是“学生的命根”。你不补,人家在补,效果先放在一边,心理上首先输掉一局。

从某种意义上说,“禁补令”成了地下补课的催化剂,只能将补课逼到去“地下”去运行,逼到政策的死角去继续运行。

其实,不需要专家学者高屋建瓴地分析乱象的原因,一个众所周知的道理,应试教育的大环境未有任何改变,高考、中考一张试卷定终身的考试模式依旧我行我素,这使得优质的教育资源一路升温。一纸“禁补令”只能让擦边球越打越得心应手,只能让本该有的创造性思维为“地下”补课服务,创造出更加多样化而又安全的补课手段。

“序长不序爵”真能变成现实?

乔国良

南京大学110周年校庆前夕,南大校方表示,校庆接待嘉宾原则为序长不序爵,只按年龄排前后,不以官位、财富论大小。

南大官方微博发布的这一消息,迅速引来大批网友的围观和热议,许多网友拍手叫好,认为此举给力,体现了对所有南大校友的一种尊重,即在母校面前,每个校友都是平等的。这种平等意识是对愈演愈烈的官本位的一种颠覆,因为当下几乎所有的活动都按官位高低和财富多寡作为接待的标准。南大校庆办公室主任龚跃说:应让南大每个校友感受到母校的关爱、热情,不办政治校庆,尽量淡化官本位色彩。

高校,应该去“衙门化”,成为公民民主、平等意识茁壮成长的一块沃土和净土。但,说说容易做起来难。在官本位(当下又加上财富本位)根深蒂固的现实环境中,在芸芸众生只作为高官巨贾陪衬的惯性思维面前,要祭起尊老的旗帜,要高扬平等的旗帜,要想真正实现理想的境界,肯定会被人认为“出格”,办起来难、难、难啊!

南大的校庆在5月,我们可拭目以待。

刘元树病中口述,刘翠录

S 时事乱炖 shishiluan dun

换个角度看“最牛植入广告”

宜宾南岸原卫星观测站公路外墙上出现了两幅交警宣传标语,分别印着“交警温馨提示:拒绝酒后驾车”和“带着平安上路载着幸福回家”字样的宣传标语。两条横幅左边均为某品牌白酒广告,横幅右下角均印着:宜宾市公安局交警支队宣。交警回应:未经允许,擅自所挂。(2月5日《华西都市报》)

白酒广告和拒绝酒驾的宣传标语的这种相容共存性,与烟盒上印有“吸烟有害健康”相类似,都是一种告诫,一种提醒。酒驾作为一种难以根除的社会痼疾,很有必要通过各种渠道加以宣传和治理。说不定有一天,所有品牌的



酒瓶上,所有的酒类广告中,都会被强制附上“酒驾危害安全”的宣传语呢,果真到那时,谁能说得清这究竟是“最牛植入广告”还是“最牛植入标语”? 辛木/文 美堂/图

F 非常道 feichangdao

“开发单位考虑到故居房屋腾退后,因陈旧、几经翻建、无人居住等原因,易出现险情,因此进行了维修性拆除。”

——“梁林故居被拆”日前引发广泛关注。文保人士曾一智表示,这种拆除行为“挑战文明底线”,不能再被复制。而东城区文委给出的“维修性拆除”说法,更令人匪夷所思。

“银行的资本利润率已经不仅大幅高于工业,而且高于石油和烟草,我们都说烟草是最暴利的,石油勘探开采也很暴利,而现在银行业比这两个行业利润还要高。”

——银行暴利由来已久,但是,银行利润超过烟草石油等垄断行业,还是在社会各界引起了轩然大波。

S 时评 shi ping

为逍遥津公园“变脸”献言

1月17日《市场星报》新闻:逍遥津公园今年要大变脸啦!

这一消息给我带来了一阵兴奋,但细看内容,只是提及“用一百万资金提升景观档次”,这使我纳闷起来:难道仅仅“提升景观档次”,逍遥津公园的“脸”就漂亮起来了?

十年前,逍遥津公园就变过一次脸。当时的主管部门把公园定位为具有儿童娱乐、市民休闲的综合性公园,其中有一半建成三国文化主题公园,“重点是要突出汉末和三国时期的文化特色”,“连公园的小卖部都要建成三国时的模样”(《合肥晚报》2002年9月26日)。对于曾为三国古战场的逍遥津公园来说,打“三国”牌是理所当然的。逍遥津公园总面积达500亩之广,留下的三国遗物寥寥,只将一半建成三国文化主题公园的决策是明智的。这一带是市民聚居的地方,用一半来建成多功能的综合性公园也是可取的。

公园“变脸”之后,我去参观游览,远远望见门楼正中黑底金字“古逍遥津”匾,陡然就看不见城市的喧嚣,历史似乎回到古代。一进悬山、斗拱、重檐、牌楼式的公园大门,古铜色的持茅跃马的张辽塑像就在我的面前,凝视基座上的“威震逍遥

津”五个大字,把我的思绪引向一千多年前的古战场,三国文化主题公园的“三国味”由此开始。然而,塑像后面的主干道两旁,“疯狂鼠”在疯狂,碰碰车在碰撞,自控飞机在轰鸣,电动火车在嘶鸣,“三国味”便被这大型儿童游乐场的地动天摇驱赶得无影无踪,连去娱乐场前方的逍遥阁的游兴也被破坏了。而紧挨逍遥阁的广场,被辟为“百姓欢乐谷娱乐区”,“三国味”竟然被喧嚣、嬉闹的“现代味”所取代。我扫兴而归。

好的构思为什么没有好的效果呢(至少对我来说是如此)?我以为问题在于综合性公园的不同功能的园区要有各自相对独立的空间,不能杂然相处。中国山水园林本是以静谧为主要特征的休闲场所,文物园林更需要静谧的环境,以便和古人对话。而儿童乐园由于以高科技含量的大型机械为主要玩乐设施,一玩起来便闹哄哄、乱糟糟,每每有天惊地动之感。这两者是大相径庭的。

由此,我想到,逍遥津公园的“脸”真要“大变”,首要的是,要将不同功能的园区分割开来。我建议:中部从公园正门内张辽像开始,经逍遥阁直到张辽墓一带,作为三

国文化主题区;东部作为休闲娱乐区;西部作为儿童乐园。三区或用小河、或用花丛、或用林木间隔开来,看似分割,实为一体。这样,综合性的功能体现了,各个部分的主题也突出了,使各种年龄、各种兴趣、各种文化层次的游人真正得以各乐其所。

逍遥津公园地处古合肥城的中心地带,是合肥环城公园上的一颗明珠。不管将来合肥的中心南移多远,长江中路依旧车水马龙,环城公园依旧游人如织,有些市民总是宁愿栖身蜗庐也不愿去住大厦,合肥古城区的繁华永远不会改变。这就给逍遥津公园的发展奠定了无限广阔的前景。

逍遥津公园是以古战场逍遥津为依托,面向点将台,遥望斛兵塘,展示了恢弘的园外之景。这一历史资源具有唯一性、垄断性,它体现了公园的历史分量,是历史老人对合肥的恩赐。历史资源的“唯一”不等于景区景点的精品,但却是打造精品的不可多得的基础。希望有关部门在逍遥津公园的建设上能大力扶持,力争早日让公园紧随包公园之后成为4A级景区,成为合肥旅游景区的又一拳头产品。

(作者为安徽大学老教授)