

为摩托车车主坚持维权的较真劲点赞

张泰来

老人故意推倒摩托车拒不赔偿案件有了新进展。近日,摩托车车主陈先生收到上海市浦东新区人民法院通知,涉事老人陆某某已经因病离世,刑事案件终止审理。陈先生表示会继续坚持维权,将尽快对老人的继承人提起民事诉讼。

这本是一起是非十分清晰的纠纷。2022年6月25日,陈先生发现自己的摩托车摔倒在地,后经车行鉴定,车损达16000余元。物业调取的监控录像显示,肇事者是一名老人。陈先生找到老人,对方承认推倒了车辆,但态度十分强硬,拒不赔偿,其监护人也避而不见。陈先生一气之下报警,拿起法律武器维护自身权益。

法治社会,法律是判断一件事是非曲直的根本标准,没有人有权毁坏他人财物。肇事老人虽然有精神疾病,但经

鉴定具有限定刑事责任能力,理当因此受到相应的惩戒。陈先生坚持走诉讼程序,依法维权,这既是对自身权益的主张,也是对法治精神的维护。这样的较真劲值得点赞。

本案引发关注的特殊点在于,肇事者是一名老人,有人认为没必要就此事跟一个老人较真,尤其是在案件审理期间,老人不幸离世,更没必要得理不让人。

人死为大,在我们的文化里有为死者讳的传统。在这样的语境下,既然肇事老人已经去世,陈先生似乎也应该停止维权,给这件事画上句号。这样的观点看似有理,实则站不住脚。陈先生当然可以选择宽容,但并不一定要选择宽容,他人更没有逼迫其宽容的权利。从法律上说,虽然老人已经去世,刑事和行政责任可以免除,但并不能免除民事赔偿义务,车主可以要求其继承人在遗产

继承的范围之内承担赔偿责任。

从情理上讲,本案发展到要走法律途径解决,很大程度上是肇事老人及其监护人的傲慢所致。损毁别人财物,拒不赔偿也就算了,至少应当有个认错的态度。但不论是肇事老人还是其监护人,不仅拒绝赔偿,更是毫无悔意,始终未曾对陈先生表示过歉意,陈先生当然有理由继续较真下去,将维权进行到底。

也要看到,本案发展至今,引发广泛关注,不少人关注本案是因为自己曾有过相似遭遇,或者未来可能会碰到类似事件,希望看到本案得到依法处置,而不是谁老谁有理,谁弱谁有理。一定程度上,本案的最终结果,也影响着公众在以后遭遇类似案件后的处置方式。

法律的尊严需要通过一件件具体案件的依法处置来体现,从这个意义上说,陈先生坚持维权不只是为了自己,为他的较真点赞。

消费不够不给房卡? 别把旅游信誉拒门外

李英锋

针对网传“购物团消费不达标不给房间卡”事件,广西桂林市文化广电和旅游局官方日前回应称,经初步核查,桂林市万邦国际旅行社、导游涉嫌不合理低价游和强迫或变相强迫购物,已被立案调查。

旅游市场在快速复苏,侵犯游客权益的套路也在快速复苏。新冠病毒感染改为乙类乙管以及疫情防控措施持续优化后,旅游市场迎来了春天,很多地方都切进了“人从众”模式,游客数量、门票收入等旅游KPI大幅反弹,直追疫情前的数据。这样的复苏态势展现了我国旅游市场的活力和韧劲,令人鼓舞。然而,旅游市场上一些损害游客权益的痼疾也同步复发了,给游客添了堵,也在一定程度上影响了旅游市场的复苏节奏。

近段时间,网络和媒体曝光了一些旅游经营者侵犯或涉嫌侵犯游客权益事件,如出租车司机拉人吃饭拿回扣,4个菜1500元,6根面条20元,天价海鲜加工费等等。这些侵权行为并不新鲜,所运用的都是不明码标价或明码标价不规范、不到位以及价格欺诈、虚假宣传、诱导消费、强制交易等老套路。

此次曝光的“消费不够不给房卡”事件,属于典型的强迫或变相强迫购物行为,其背后关联的是不合理低价游、旅游合同签订不规范、旅游经营者欺骗误导游客等问题。这些侵权行为或问题也是之前个别旅行社或导游惯玩的伎俩,是游客容易吃亏的环节和投诉的重点。

旅游业是我国国民经济战略性支柱产业,关乎市场主体的生存发展,也关乎就业和民生。公众欢迎旅游市场复苏,乐见旅游市场的烟火气,但不欢迎旅游市场中侵权套路的回归,不愿意再掉进这样或那样的坑里。

其实,游客和旅游经营者的利益诉求并不矛盾,而具有总方向的一致性。旅游经营者普遍诚信守法经营,尊重游客权益,就能给游客创造一个良好的旅游消费环境;良好的旅游消费环境能给游客带来满意的消费体验,从而赢得游客的口碑,游客的口碑能托起旅游经营者乃至一个地方的商业信誉、旅游形象。可以说,游客的口碑是最有分量、最有说服力的金字招牌,能够助力旅游经营者或地方进入正循环,吸引更多游客,获得更多收入,赢得更多的复苏机会、更大的发展空间。

如果旅游经营者总想着用套路算计游客,不仅会砸了自己的招牌,毁了自己的信誉,还会把旅游市场搅得乌烟瘴气,抹黑一个地方的旅游形象,久而久之,游客用脚投票,旅游经营者以及相关地方势必会受到市场的反噬。这显然是一种双输甚至多输的结果。

不能让“消费不够不给房卡”之类套路把游客的权益和信任拒之门外,不能让这样的规则给旅游市场复苏添堵。旅游经营者一定要珍惜旅游市场来之不易的复苏局面,摒弃“做一锤子买卖”的短视思维,多算总账和长远账,用主体责任守住法律底线和诚信底线,规范经营行为,改改老毛病,填平侵权的坑,积极维护游客权益,维护旅游市场的秩序,巩固旅游市场的复苏势头。

文旅、市场监管等部门应进一步完善、强化联合执法机制,提升执法效能,提高对游客投诉举报的处置效率。对旅游经营者违法侵权行为尤其是一些典型的侵权套路,要保持零容忍态度和高压严打态势,发现一起,立案一起,治理一起,曝光一起,为游客扫除侵权点,营造更加诚信、公平、放心的旅游市场环境。



快速崛起

兔年春节,亲人团聚点一些茶饮外卖,和久违的朋友约一杯下午茶饮,成为人们新春的又一新选择。单日卖出30万杯、排队购买的长龙蔚为壮观,成为一些年轻人社交标配。

近年来,新式茶饮成为中国消费市场的一个亮点。

火爆背后,是打上时尚、社交标签迎合了年轻消费者,不断推陈出新和数字化变革适应了快速变化的市场需求。

新华社 勾建山 作

“该生为主任之女”为啥引发轩然大波

戴之深

长江设计集团有限公司一场招聘中的某个细节,引发轩然大波。

据大皖新闻报道,2月7日,大皖新闻记者关注到,长江设计集团有限公司于2023年2月2日发布了长江设计集团2023年第三批拟聘人员信息公示,在公示表中记者看到该集团国际公司招聘人员张欣然的公示信息中,专门备注“该生为集团党群部主任陈静之女”。在招聘人员公示环节,以这样的措辞进行备注,委实不多见。

就社会观感而言,这样的备注可能给人两种印象,其一,这是有什么特别暗示吗?其二,正如某网友所调侃的,这是忘记删了?

正当一些网友疑惑不解的时候,最新回应来了。该公司监察审计部一名工作人员在接受媒体记者采访时称:我们是为了体现公开公平公正,实事求是告知有这层关系,我们人力部在今年的管理制度里面有要求,如果有这种关系的,要备注出来,接受大家的监督。

与此同时,媒体记者则发现,在原备

注的基础上,悄然之间增加了这样一段文字:根据集团《新员工招聘管理办法》规定,拟聘人员为集团领导、总师、副总工及各单位主要负责人的配偶、子女,应将相关信息一并公示,故此说明。

其实,根据企业方面的解释可知,此前的备注,也是按照程序要求进行的,并不是某个环节把关者的自作主张。看来,舆情变化,对涉事公司的相关事务已经造成直接影响,使得其不得不故此说明,这实际上是对外面的质疑进行某种沟通、释疑。虽然看上去这有点多余,但就事件的发酵度而言,是有必要性的。

毋庸讳言,公众最为敏感的地方,是一个被引进人员,和招聘企业的部门领导有直系亲属关系。人们担心这样的

举贤不避亲,背后藏着什么不为人知的东西。其实,这种情绪很好理解。近年来,一些萝卜招聘、近亲繁殖现象,令人对个别企业的招聘产生疑虑和抵触心理。但只要行得正、立得住,即便母女在同一个公司共事,也无妨。前提是,要经得起回避制度的审阅。

依据《党政领导干部任职回避暂行

规定》等要求,有夫妻关系、直系血亲关系、三代以内旁系血亲关系以及近姻亲关系的,不得在同一机关担任双方直接隶属于同一领导人员的职务或者有直接上下级领导关系的职务,也不得在其中一方担任领导职务的机关从事组织(人事)、纪检(监察)、审计、财务等工作。近年来,山东等一些地方也就国企招聘出台过专门规定,对招聘岗位作出相应限制。

作为水利部长江水利委员会出资设立的国有独资企业,长江设计集团有限公司是否要落实回避制度,未见更多信息披露,但既然表明接受大家的监督,想来就有一套成文规则加以约束。而现在看来,张欣然是被该集团国际公司所聘,那么,具体岗位是什么,有没有进行回避,实有进一步作出说明的必要。

公众对招聘事务细节上的密切关注,反映出对于风清气正、正大光明用人的期望。企业为此受到各种目光的打量,并不是坏事。这也要求企业把相关程序安排得更严谨,把引人机制设计得更科学,令德才兼备者成为企业的新生血液,以此更好回应社会关切。