

别让“酒店刺客”影响旅游市场复苏

关育兵

自今年元旦、春节假期旅游市场实现“开门红”后，高开稳增态势一直延续。据携程旅行网数据显示，截至4月16日，“五一”假期国内游预订量同比增长超12倍，追平2019年同期水平。美团、大众点评数据显示，截至4月10日，“五一”假期国内住宿、交通、景区门票等预订量已较2019年同期增长约200%，“五一”假期有望为旅游市场复苏再添一把火。

随着旅游预订量的增长，尽管还未到“五一”假期，一些热点城市、热门商圈或景点的酒店，已经显示满房，且价格有所上涨。酒店实行市场调节价，只要明码标价就不涉嫌违法违规。随着出行人数的增加，酒店价格有所上涨，也是可以理解的。然而，一些酒店的价格不是上涨，而是在“狂飙”，这显然就不正常了。据媒体报道，有的酒店正常价格原本不过二三百元，但“五一”假期的价格竟然直接飙升为千元以上。而

且，这不是个别现象，在一些热门旅游城市，从经济型到舒适型、高档型再到豪华型，大部分酒店涨幅都在2倍到3倍左右。

与酒店迎风涨价被吐槽相比，更恶劣的是酒店毁约退单。有的酒店以“五一”假期已经满房为理由退单，随后又将房间涨价；有的以“房间需要装修”或者“民宿4月份要转让出去”等理由退单；更有商家连这样的遮羞布都懒得找，直言顾客下单时房间还没有调价，因此要退单。涨价、退单等问题，不仅让提前做好旅游准备的游客感觉很无奈，也劝退了一些顾客，更有网友直呼其为“酒店刺客”。

酒店实行市场调节价，并不意味着酒店就可以任性涨价。目前，许多地方都对酒店实行政府指导价，也就是说酒店的定价不是想怎么定都可以，也会受到市场监管。在节假日等特殊时期，酒店的市场调节也是有幅度限制的，违反则可能面临罚款甚至停业整顿等行政处罚。至于退单，则违背了诚信守则，也侵

害了消费者权益，消费者有权主张惩罚性赔偿。

旅游市场的回暖和复苏，是多方共同努力的结果，尤其是政策效应的持续释放，地方政府拿出真金白银的支持，这些都功不可没。旅游也是扩大内需、提振消费的“主战场”。推出更多消费场景及惠民措施，进一步拉动旅游消费，对于经济发展具有重要意义。“酒店刺客”则会消弭这些努力的成效，影响旅游业的可持续发展，必须加大整治力度、规范市场秩序。

值得欣喜的是，许多地方已经关注到了类似问题。近日，长沙、大理、泉州等多地发布告诫书，对“五一”假期期间的价格秩序提出专门要求，要求明码标价、不欺骗消费者，并明确对推动商品和服务价格过快、过高上涨的商家处以罚款。

小长假不是“打劫季”，呵护旅游市场复苏、保护消费者合法权益，还需相关部门利剑出鞘，加大整治力度，规范市场秩序。

担心

4月23日是第28个世界读书日。记者在多地采访发现，近几年特别是“双减”后，中小学开展各类阅读活动的时间更多、形式更加丰富。但随着“触网低龄化”，部分老师、家长也对课外阅读产生了一些担心。

现在网络上尤其是短视频平台上，有很多小短文或“一分钟读完一本书”之类的内容，如果习惯了这种快餐式阅读，可能会消解孩子们沉浸式阅读、深阅读的兴趣和专注力。

新华社 商海春



以完善法治让“傍名人”恶意竞争无处遁形

万周

市场监管总局有关负责人介绍，今年市场监管总局开展的民生领域案件查办“铁拳”行动将重点打击8类违法行为，假冒知名品牌及“傍名人”“搭便车”等恶意竞争行为被列入其中。

名人是社会公众人物，其较高的知名度和影响力蕴含着不菲的商业价值。如果商家能在营销中与名人攀上关系，可以利用消费者崇拜名人的心理，让自己的产品打开更大的市场。也因此，一些企图快速获利的商家，便将“傍名人”作为吸引眼球、迅速提升产品知名度、扩大市场占有率的捷径之一。

“傍名人”是一种为赢利而不择手段的投机行为，有悖市场经济公平竞争的法则，危害不容小觑。此举不仅会侵犯名人享有在先的姓名权，也容易误导消费者产生联想，造成消费者对产品来源、产品与名人之间关联性的混淆误认，构成不正当竞争，扰乱市场秩序。在“傍名人”恶意竞争已成为“商业毒瘤”的现实语境下，监管部门对其予以重拳整治，可谓正当其时。

近年来，市场监管部门对“傍名人”恶意竞争一直保持严厉惩治态势，但“傍名人”乱象仍然难以禁绝，有时甚至很快死灰复燃。这充分说明，要遏制“傍名人”恶意竞争乱象，特定时间、领域的专项整治不可或缺，在此基础上还须寻求治本良策。

“傍名人”恶意竞争行为屡禁不止，深层原因在于现行相关法律规范不够完善而导致约束失之于软。从现实情况来看，不良商家“傍名人”的手段主要是把名人姓名抢注为商标和借名人进行虚假宣传。在抢注名人姓名商标的依法约束方面，目前我国商标法律制度对于恶意抢注行为的后果性规定，仅为驳回申请或宣告抢注的商标无效，难以对恶意抢注名人商标者产生应有的威慑作用。而在借名人进行虚假宣传方面，现行广告法对此作了宣示性的禁止规定，没有对利用名人进行虚假宣传的情形予以具体细化，客观上令一些商家营销利用名人进行虚假宣传有机可乘。

横亘在名人面前的诸多维权“拦路虎”，也在无形中降低了“傍名人”恶意竞争的违法成本。根据“谁主张谁举证”的

诉讼原则，名人在被不良商家蹭热度致权益受损后，要举出相关的侵权证据往往十分困难。同时，法律对名人姓名财产价值的不承认，也让名人主张财产损失赔偿于法无据。

相比之下，不良商家“傍名人”的违法成本不但十分低廉，而且没有承担侵犯名人姓名权的财产赔偿后顾之忧，而名人对此则可能面临“追鸡得杀牛”的维权风险。违法成本低廉和维权不易的恶性循环，加剧了“傍名人”恶意竞争的蔓延。相关部门应对此高度重视，切实拿出有效的应对之策。

遏制“傍名人”恶意竞争行为，需要进一步完善法律。一方面，要强化相关法律的顶层设计，对抢注名人姓名商标和借名人进行虚假宣传等行为予以精细界定，“一对一”地设置法律责任，大幅提高违法成本，让始作俑者得不偿失。另一方面，要优化姓名权侵权和不正当竞争民事诉讼制度设计，在举证责任以及诉讼成本承担等方面向权利人合理倾斜，以此减少维权法律风险，激发他们敢于维权的积极性，从而以完善的法治，让“傍名人”恶意竞争无处遁形。

写在外卖小票上的诗意人生

默达

近日，一本名为《赶时间的人》的诗集出版，让很多人震撼的，是作者王计兵的身份——做过木工、开过斗车，如今仍穿戴蓝衣蓝盔，骑着电动车送外卖。“外卖诗人”在道路上奔波，在诗意中徜徉，写出了无数“赶时间的人”的真心心声。

“从空气里赶风/从风里赶出刀子/从骨头里赶出火/从火里赶出水/赶时间的人没有四季/只有一站和下一站。”5年来，王计兵“赶”出了15万公里的路，也写下了4000多首诗。这一路上有呼啸掠过的“风”，有埋怨和恶语的“刀子”，有因反复爬楼而浑身酸痛的“火”，也有汗水和泪水。好在这一站与下一站之间，他可以用写下几笔，于这一弯风平浪静中安放疲惫的身心。在与外卖员群体共情的同时，我们也会感到欣慰，欣慰于最普通的劳动者也可拥有“诗和远方”。

一首首品味王计兵的诗歌，读者可以走进他的日常，也可反思自己的生活。“他俯身推车的姿势/多像一棵倔强的树”写的是那个面对超时订单无奈的外卖员，又何尝不是努力着的我们？“月亮是人间的一处漏洞/所以夜从来都黑得不够彻底”又将平凡的图景写出了星星点点的希望。“我笨拙地爱着这个世界/爱着爱我的人/快三十年了，我还没有做好准备/如何在爱人面前热泪盈眶。”从字里行间，不难读出他对于生活无限的热爱。时而沉醉于人间的暖色，时而饱尝生活的苦涩，他的诗歌能打动读者们的内心，正因为他的感悟出自生活，他的思考又高于生活。

王计兵并不是第一个“草根诗人”，亦不会成为最后一个。就在几年前，同为外卖员的雷海为在中国诗词大会的舞台上击败北大硕士捧杯，一时传为佳话。被誉为“矿工诗人”的陈年喜曾写下“我把岩层一次次炸裂/借此/把一生重新组合”，那份不屈与坚强带给许多人面对生活的力量。上世纪90年代以来的广东务工潮中，出现了名为“打工诗人”的群体，利用业余的闲暇交流学习，从普通劳动者的视角进行诗歌创作，许多人日后也成了诗坛的优秀人才。他们用实际行动告诉我们，无论身处何处、经历如何，都可以追逐那份诗意，活出不平凡的人生。

时代在发展，基层劳动者的“远方”也不断照进现实。近年来，不少外卖员、快递员享受到了“公费上大学”的政策，部分地区改进工会组织，为新就业形态劳动者提供文化服务。必须看到，“外卖诗人”终究是少数，提升自身的方式仍有很多。为基层劳动者提供更多文化选择，应提上各地为民服务的日程表。

诗歌并非生活的必需品，也不应成为精神领域的奢侈品，诗歌之美应属于每个热爱它的人。期待更多平凡又不平凡的“诗意人生”，让你我的生活常怀感动。