

父亲当街掌掴亲生女也是家暴

文/汪代华

针对“河北廊坊一男子当街脚踏掌掴女童”一事，12月4日上午，廊坊市公安局安次分局工作人员告诉澎湃新闻，打人男子和被打女童是父女关系，女童无大碍，打人男子张某某已被警方控制

(12月4日澎湃新闻)

从有图有真相的画面来看，这名男子当街脚踏掌掴亲生女童的行为实在有点残忍，而且有点反常，笔者怀疑此人精神上有问题，建议有关部门对此做一次精神鉴定。如果确实精神上有问题，那么应该尽快采取有效措施，防止女童再次受到伤害，并剥夺其监护权。

这一幕让人义愤。如果这名男子没有精神上的问题，那么此种当街脚踏掌掴幼女的行为属于严重的家暴行为。《反家庭暴力法》规定，家庭成员之间以殴打、捆绑、残害、限制人身自由以及经常性谩骂、恐吓等方式实施的身体、精神等侵害行为系严重的家暴行为。打击严重的家暴早已有法可依，反家暴法主要管的家庭暴力。严重的构成虐待罪。

在传统的家庭教育里，很多父母觉得孩子是我的，我想怎么管就怎么管，和别人无关。如今有的父母错误地认为，孩子是我的私



人财产，打骂孩子是父母的权利，导致一些家长用针扎、用烟头烫、打伤孩子非常严重的暴力行为。诚然，父母批评孩子两句，只要不伤害未成年人的自尊、隐私、身体等基本原则，就不算家暴。但是超过这个度，比如让孩子罚跪、不给吃饭，甚至是暴力殴打孩子等行为就算是家暴。而在家庭中对孩子实施暴力，无论父母出于怎样的目的，其结果构成对孩子伤害的，都是属于家暴的违法行为，都要承担法律责任。

孩子不是自己的私有财产，父亲有教育孩子的权力，但是没有“野蛮惩罚”孩子的权力，父母暴打亲生儿女同样违法。像这名父亲当街脚踏掌掴亲生女童，就属于严重的家暴，如果造成幼女身体

伤害，将构成虐待儿童罪，触犯《未成年人保护法》。如果构成伤害罪，应当依法追究其刑事责任。

父母和孩子都是平等的。陶行知先生说过：“教育是心心相映的活动，唯独从心里发出来的，才能打到心的深处。”父母应该明白，在教育未成年子女的过程中，一定要尊重子女的人身权益和人格尊严。心理学家认为，经常挨打的孩子，会感到孤独无援。尤其是父母当众打孩子，更会使孩子的自尊心受到伤害，他往往会怀疑自己的能力，会自感“低人一等”，显得比较压抑、沉默，从而产生逆反心理。每个孩子都有自尊，经常挨打的孩子，自尊心受到损害，产生自卑，极容易走上自暴自弃之路，会把孩子引上犯罪道路。

在韶山景区消费不满意，7天无理由退货

本报记者体验，退款很方便

今日女报/凤网记者 章清

购物不满意7天之内可以无理由退货，这是网络购物的“特权”。那么，在实体店消费了还能有这样的“后悔权”吗？

在韶山，这个“后悔”你可以有。

今年5月，韶山出台了《七天无理由退货和先行赔付制度》。只要你发现买的東西买贵了或者对买的物品不满意，统统都能给你退并且还能先行赔付。据悉，这样的消费规则在湖南还是首创。

那么，如今“七天无理由”在韶山景区运行得如何？近日，今日女报/凤网记者就进行了体验。

体验：200元纪念品购买后现场无理由退款

12月1日，今日女报/凤网记者在去往韶山景区的路上，抬头就看到马路边蓝底白字的一个巨幅告示牌映入眼帘：“我们承诺：韶山旅游实行七天无理由退货、先行赔付制度”。驶往景区，这样醒目的提醒随处可见。

到达景区后，记者以顾客身份走进景区入口处附近的一家纪念品销售店，拿起一尊200元左右的铜像询问店主，购买之后如果不满意是不是可以退？

店主表示，那要先联系受理点的工作人员，由他们来负责交涉才行。

记者随后以200元购买了此尊铜像，之后联系了韶山游客服务中心现场先行赔付受理点的工作人员，“以七天无理由”要求退掉此尊铜像。韶山市食药工商质监局执法人员在核实了记者提供的购物小票后带记者来到该销售店，在和店主进行了一番交涉后，店主退回了记者的200元钱。

据了解，今年5月，韶山出台了《七天无理由退货和先行赔付制度》。由韶山市人民政府设立赔付基金，对来韶游客实施“七天无理由退货和先行赔付”。

该制度规定：旅游消费者在韶山核心景区购买商品，对价格、质量等方面存在不满意，可以在7天内向食药工商质监管理部门或经营者申请无理由退货；商品存在瑕疵，商家不退货或不赔付的，或旅游消费者不便于出面的，以及食药工商质监管理部门认定的其他情形，在食药工商质监管理部门调查处理后按规定先行赔付。同时，鼓励韶山各商家作出更有利于旅游消费者的无理由退货承诺。

为方便游客维权，韶山游客服务中心、毛泽东同志故居和毛泽东广场都设置了现场先行赔付受理点，12315、55666111两路热线24小时接受投诉举报。

记者从韶山市食药工商质

监局执法大队了解到自该制度试行以来至今，已处理七日无理由退货和先行赔付73起，金额1.57万元，办结率100%。韶山市食药工商质监局副局长章彦明告诉记者，从目前受理的情况来看，说明消费者在韶山的购物消费体验整体上是满意的，而我们推行这个政策也是倒逼商家能自我完善，诚信经营，共同提升景区的服务质量。

限价：鲜花最高卖799元，“红烧肉”里肉要有800克

据悉，为增加景区购物消费的透明度，韶山市还对景区的鲜花和部分纪念品制定了最高售价的规定。在“核心景区鲜花及花篮经营价格表”上，记者看到，最大的“竹条圈花篮”最高售价明确为799元，一枝花的价格是3元。

在餐饮方面，对食物的克数还进行了明文规定和标识。像“毛氏红烧肉”，对主料规定不能少于800克。

同时，综合运用诚信企业“红黑榜”、二维码辅助监管系统等加大信息公示力度。游客只需在进饭店前使用微信扫一扫门口的二维码，即可获得详细食品安全信息，保障公众在食品安全中的高参与度。该系统今后还将在旅游纪念品店等市场主体中逐步推行。

采访中，不少游客也对韶山景区推出的这一系列的举措纷纷点赞。“有这样的措施，旅游消费还有啥不放心的”、“让企业上红黑榜，督促了他们诚信经营，再也不怕服务打折扣了”。

章彦明表示，为促进韶山市旅游产业持续健康发展，规范旅游市场管理，打造世界知名旅游目的地，从今年元月开始，韶山市就组建了由公安、物价、交通运输、城管、食药工商质监等数十家相关职能部门组成的旅游综合执法指挥中心，加大市场巡察监管力度，严厉打击不诚信经营。

“我们的目的只有一个，就是让来韶山的游客都游得开心、玩得愉快、逛得放心、吃得舒心。”章彦明说。

“差评师”的个人隐私信息也应受到保护

文/王必旭

近日，百度贴吧上一个名为“差评师曝光台吧”的贴吧引起了广泛关注。不少买家对买到的商品进行差评之后，个人的电话、家庭住址等信息都会被曝光在该贴吧上。记者按照曝光的信息联系上部分被曝光者，对方均表示电话和姓名属实，但自己并非差评师。

好评模式是淘宝发明的评价体系，用以反映商家的商品和服务质量，给其它消费者提供参考。由于网购属于非面对面交易，存在信息不对称，商家和消费者缺乏互信关系，好评模式一定程度上促使信息透明，也是网购得以被消费者接受，从而快速发展的基础之一。不过，在好评模式诞生之后，亦因评价体系存在规则漏洞，令部分人盯住了规则漏洞，开展职业刷信用、删差评、恶意差评等业务，从中牟取获利空间，职业差评师就是其中之一。

由于差评影响到商家信誉指数，会对其他消费者提供不良参考，进而影响到商家销售，以及会遭到平台处罚，属于最直接的利

益冲突。如此，也给职业差评师制造机会，部分人以此为生，用差评对商家进行勒索。因此，商家为了对付差评师，也开始采取反击策略，比如与打差评者联系沟通，说好话、给红包、电话骚扰、威胁、拒绝交易、曝光消费者信息等手段，以威逼利诱消费者修改差评。

商家在百度贴吧里曝光所谓“差评师”的个人隐私信息，亦是反击的手段之一，试图以此让其他商家知晓“差评师”，一起提防“差评师”减少损失。不过，由于商家对“差评师”的恶意太深，导致出现杯弓蛇影的心理，但凡打差评的消费者，都一律视其为“差评师”，则就未免犯了误伤无辜者的错误，很多普通消费者也被冠以“差评师”，并被商家曝光在贴吧里。

差评类似于现实社会里的“红牌”，本来是买家对卖家发出的一个警告，提醒其改善商品质量、服务水准，对网购有鞭策发展的促进效果。如果差评师只是盯上售卖假冒伪劣商品的卖家，无疑就会

成为网购江湖里的“王海”，成为肃清网购交易环境的卫士。但职业差评师无节制地滥用差评，甚至于充当可耻的网络打手，就失去了正义的方向，沦为网购江湖里令人憎恨的杀手。可见，差评师有其存在的意义，但需要引导其向职业打假者方向发展，成为网购江湖里的“啄木鸟”，而非肆意使用差评权力去搅乱市场。

至于商家肆意曝光“差评师”身份信息的做法，则属于以毒攻毒，虽然能够泄愤，可随意在贴吧曝光“差评师”，容易误伤普通消费者，亦违反了相关法律，非法泄露他人隐私信息，置其陷入网络诈骗、电信诈骗等风险里，也是不可取之举，亦会因此遭受法律处罚。更何况，即便被曝光的真是“差评师”，其个人隐私信息也受到法律保护，不能随意非法泄露，如果商家对“差评师”有意见，也应走正规途径，寻求平台或者司法裁决，不应以非法手段对付恶意差评行为。百度贴吧管理者应尽快清理这些泄露个人隐私信息的帖子，并对发布者采取警告、封号，锁定证据提交给司法机构等。