

来论

动辄收费上万的“支教旅行”，堪称天才般的商业创意。其提供了一种复合型的价值回报，包括游山玩水、行善助人、“背景提升”种种。如此这般，将最高尚的爱心与最功利的算计“揉”为一体，使之具备了其他文旅产品所没有的独特性。

观点

让人寒心！

大数据怎能一到旺季就“杀熟”

“支教旅行”成产业，道德镀金的狂欢写满伪善

然玉

去年以来，以“支教”为名的旅游团十分火爆。这些旅行团的行程大多为一周左右，报名费千元至万元不等，地点既有国外度假热门区域，如泰国、巴厘岛等，也有国内落后山区，形式大多以公益助学、保护动物、保护环境等志愿服务展开。调研发现，这样的旅游支教目前已演变为成熟的产业链。一些针对贫困地区的支教项目，不仅规划好每天活动的地点、游玩体验时间甚至长于教学时间，密集的行程单和旅行社出团通知格式如出一辙。

动辄收费上万的“支教旅行”，堪称天才般的商业创意。其提供了一种复合型的价值回报，包括游山玩水、行善助人、“背景提升”种种。如此这般，将最高尚的爱心与最功利的算计“揉”为一体，使之具备了其他文旅产品所没有的独特性。从一名游客摇身一变“升格”成支教老师，对于某些人来说，此类人格镀金的便捷化路径，

诱惑巨大。以货币化方式来换取道德实现感，这是现代慈善业的源动力之一。短期支教演变成产业，则是对慈善业的又一次减配和庸俗化。

分明是走马观花、逢场作戏，虚情假意而扭捏作态，可即便如此，还是有不少人乐在其中，在流水线的打卡体验中，在廉价的自我感动中，达到某种情感的高潮。一波流程走完，那些跟拍留存的照片、视频，被配上了精致的小作文。此后，它们成了朋友圈文案的“总结升华”，成了留学申请里的“社会实践”，成了评优升职时的“履历资本”……由“支教旅行”可以衍生出很多用途，可这一切偏偏就是和真正的教育几无关系。

某些人付费参加此类“支教旅行团”，往往带着一种强烈的优越感，那是阶层的优越感、知识的优越感、道德的优越感。这种居高临下的姿态，与真正的支教事业所需要的人文情怀、责任意识与平等精神是格格不入的。商业化的

短期支教，上课的净时长极其有限。与其说是上课，不如说是见面会更为恰当。所谓的课堂里，没有老师与学生，有的只是主演与群演。孩子们被商业机构诱导着加入这场“爱心支教”的戏码，失望与厌弃写在脸上。

我们知道，教育教学，特别是欠发达地区的教育教学，从来都是技术活。一群没有专业背景的游客，哪来的教学自信？玩票客串，花钱过过瘾而已，入戏太深，着实有些自欺欺人了。短期支教产业链，说到底，就是一个“层层相蒙”的炸局：文旅公司收钱揽局，一顿神吹、愿者上钩；一群游客假装教师，对着孩子装模作样。彼此各取所需，制造出供需两旺的幻象。道德的狂欢，在氦金的旅游团、在山区的课堂，一副自鸣得意的模样。

与之形成鲜明对比的是，许多真正需要教师、志愿者的贫困山区长期支教项目，不用参与者自费，却往往招不到人。所谓叶公好龙、所谓假仁假义，莫此为甚。

冰雪天凌晨不让进站候车，这事难言“正常”

1月23日，有网友反映长沙南站东广场凌晨3点不让中转旅客进站候车。当事乘客称：“长沙南站真的很让人失望，凌晨3点到站中，候车厅不让进，零下的温度冷得打哆嗦，大家只能尽可能窝在楼梯转角避风。”

当天下午，长沙南站发布声明致歉，并将东、西广场候车室的开放时间同时调整为24小时提供候车服务。声明中也对网友反映的情况进行了解释：“不让进”并不是车站故意为之，而是因为“东广场进站口按正常服务时间关闭，造成旅客不便”。

车站方及时致歉并整改的态度，值得肯定。但声明中所说的“正常”，却反映出一种并不“正常”的思维。

所谓“正常服务时间”之说，似乎让人觉得，在这个时间段，即使是冰雪天的凌晨，不让旅客进站候车也是正常的。它强调的是运营的“日常”，是不考虑特殊、突发情况的“正常”，而忽略了旅客正在站外挨冻。这种情况，与之前某地“政务大厅办事员午休，群众就只能露天

冻着等待”如出一辙。

从1月21日起，受冰雪天气影响，长沙南站部分列车出现晚点。车站联合长沙地铁、公交等部门，在23:30—次日4:00加大运力，方便旅客接驳出行。为什么只考虑到了出站旅客，却忽视了进站旅客，让一些候车旅客凌晨在广场外面挨冻？说到底，还是没有充分考虑到群众的需求，没有真正做到以人为本。

当然，遇到极端天气等突发事件，车站方有许多工作要做，难免考虑不周。那么，它就给车站方提了个醒，在各种突发状况面前要有预案，要将工作做在前面。以人为本不是说说那么简单，更重要的是要将理念记在心中，刻在骨子里，落实到每一项具体措施上。这种对“小”事件的应急处置，更考验基层部门和管理者的担当负责和工作能力，也直接关系到群众的体验和获得感。

从这个意义上说，基层公共部门和单位面对紧急情况，更需要在以人为本的基础上，掌握灵活机动的处置方式。当突发

状况来临时，就需要机动处置，将群众的感受放在第一位。

在对类似事件进行复盘和追责时，往往会出现诸如“是按正常时间、流程、规定处置”等听起来很有道理的理由。但这种说辞，仍无非想推卸责任，而看不到机械处置的后果实实在在地损害了公众利益。

让以人为本的应急措施正常运行起来，需要不断进行摸索和探求。但只要始终把群众放在心里，所有工作都从群众的需求和感受出发，就定能够找到办法，排除障碍，优化管理。对于基层来说，这并不是一件容易的事，有时还要有敢于冒险、担责的勇气。

这需要相关部门进一步建立和完善应急处置的体制机制，努力提高应急预案的可操作性和规范性，提高基层干部和工作人员的应急能力，给予他们一定的容错空间。否则，类似“不到时间不开门，管他群众冻不冻”的荒唐事就不会是最后一起。

据澎湃新闻

刷票参赛不是爱孩子的“必要条件”

“亲们，请帮我家宝投上一票！”“考验友情的时候了，投××号一票！”“今天是最后一天，胜败在此一举！”在朋友圈、微信群里，许多人都常常看到这样的内容。近年来，形形色色的“才艺投票”“晒娃大赛”在各地、各平台遍地开花。许多家长出于对孩子的喜爱和自己的好胜心，不惜投入大量精力拉票冲榜，即便付出的代价再高，也依然乐此不疲。

这些满怀热情的家长不知道的是：此类活动“套路”多多，不乏不法分子利用各种黑箱操作，借机诈骗钱财、“割”家长群体的“韭菜”。近日，据报道，江苏一诈骗团伙虚构“少儿艺术之星大赛”，非法获利1400多万元，3名主犯因诈骗罪被判刑。他们的作案手段，正是在网上虚设比赛，开设刷礼物通道，然后利用“网络投票”造势，骗家长投票充值、刷钱攀比。据悉，仅这一起案件，就牵涉2500多场所谓比赛，吸引上万名学生参加。

根据我国法律法规和有关部门要求，要举办一场正式的、面向未成年人的竞赛活动，需要具备相应资质，并经过有关部门审

批。然而，形形色色的“网络投票赛”，却很容易绕过监管。尽管这类所谓比赛的含金量远远不及正式竞赛活动，再“野鸡”的比赛，也能让组织者吹得天花乱坠，引家长上钩。

与此同时，这类比赛还有一个特点，就是参赛门槛极低。不用填写报名表，更不用到场参赛——只要动动手指，在手机界面上输入部分个人信息，再上传一段视频甚至一张照片，“参赛手续”就履行完了。这种特点，很大程度上满足了家长群体“想显示自家孩子厉害”的心态。毕竟，有实力在正式比赛中获奖的未成年人注定是少数，大多数家长容易被这种“安慰剂”一般的比赛吸引。

倘若这类所谓比赛只是给家长和孩子们提供一些参与感，再发些人人有份的奖项，倒也没有多大危害。但是，不法分子无利不起早，又岂会错过敛财机会？这些所谓比赛的组织者，只需给比赛数据动点手脚，稍加引导，许多家长就会忙不迭地帮他们刷高流量，甚至直接掏出大笔钱财，被不法分子“拿捏”。

据公安机关透露：有些不法分子会利

用技术手段修改后台数据，篡改投票结果。不论家长拉来多少票，所得名次永远不会超过第一名。同时，他们还会编造一些虚假的投票截图和聊天记录，声称某些孩子已经获得了高额赞助或合作机会，以骗取家长们的信任。当家长们发现自己的孩子落后时，很容易一时“上头”，落入活动组织者提前挖好的陷阱，花费重金购买一个轻飘飘的名次。事后冷静下来，很多家长都会觉得不值、后悔。但是，因为自己被“为了孩子”这个动机架上了，他们又未必会积极维权，甚至会自我安慰，将被骗的经历合理化。

于家长而言，越是摆脱不了想给孩子“求名次”的虚荣心，就越容易成为别人眼里的“肥羊”。其实，每个孩子都有自己的天赋和可爱之处，这些东西，不一定需要用比赛或名次来证明。家长只要给孩子全心全意的关爱，尽力培养孩子成长成才，孩子自然会展现出他们的闪光点，并让亲朋好友看到。转发、刷屏、投钱，从来不是爱孩子的“必要条件”。

据中国青年报 投稿邮箱：qilupinglun@sina.com

论“套”卖的年夜饭

暗含多少侵权套路？

年夜饭预订成了近期热门话题。据报道，今年的年夜饭预订非常火爆，一些餐厅顺势抬高消费门槛。有的餐厅设置了最低消费标准，有的餐厅则表示人均消费须达888元才能预订大年三十的包间。多名消费者表示，无奈之下，只能接受高价套餐。很多餐厅的年夜饭只论“套”卖，不允许消费者自主点餐，且套餐组合较少、价格昂贵，成了消费者普遍的槽点或痛点。

从表面来看，年夜饭套餐的价格比消费者单独点同样的菜品总价更实惠，制作套餐也便于餐厅准备食材、降低损耗、压缩成本，似乎套餐对商家和消费者都很“友好”。但实际上，装在套餐里的年夜饭暗含着不少侵权套路或疑似侵权的套路，拉低了消费者的年夜饭消费体验。

《消费者权益保护法》明确：经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。年夜饭只论“套”卖，等于剥夺了消费者自主点餐的机会和权利，违背消费者的真实消费意愿。

据北京青年报

三天两夜最低只要100多元

老年低价游骗局咋管？

“三天两夜最低只要100多元”“免费养生游”……看起来令人心动的低价旅游，背后可能暗藏消费陷阱。一段时间以来，一些不法分子先用低价、免费的噱头专门吸引老年人参团，之后又在行程中额外收取食宿、景点参观等费用，甚至配合“一唱一和”的话术，向老年人兜售保健品、珠宝首饰、房产、养老项目等金额较大的产品，使不少老年人陷入骗局。

当低价游和虚假宣传、捆绑销售、隐形消费等手段结合，就会变得不合理，甚至催生出一条连接上游组团社、下游地接社、导游和购物店的灰色利益链，扰乱旅游市场秩序，影响旅游消费信心，有损旅游目的地形象。

中老年消费者是不合理低价游的重要目标群体，更容易被不良商家利用。要避免老年旅游低价骗局，除文旅、公安等部门要加强协同扎牢监管防护网、加大对旅游行业和旅游从业人员的普法宣传、畅通消费者维权渠道，更要从根本上扭转不合理低价游存在的市场基础，明确规范旅游成本。要以合同作为保障，让低价骗局成为无源之水、无本之木。

据经济日报