



切实管住野蛮生长的豪华活人墓

近日,福州长乐、福清、连江等地大肆违法建设豪华活人墓,严重破坏自然生态环境的新闻,引起了社会舆论广泛关注。原本树木葱郁的秀美山脉,因为大量豪华活人墓的修建变得满目疮痍,让人看得触目惊心。

面对豪华活人墓屡禁不止,不断野蛮生长的乱象,到底该怎么办呢?笔者认为,治理豪华活人墓涉及的人多面广,原因也错综复杂,因此,单一的治理方式难以奏效,必须要树立系统思维,多措并举,齐抓共管。

移风易俗,抓住关键少数。村民争相修建豪华活人墓,其中一个

重要的原因是,入土为安、厚敛重葬、家族合葬等丧葬习俗在福建沿海部分农村仍然根深蒂固。如果村民的殡葬思想不能及时转变,在农村熟人社会攀比炫耀、光宗耀祖等不良风气的助推下,新建豪华活人墓就会有坚实的生存土壤。

因此,治理豪华活人墓乱象,眼睛不能仅盯着坟墓,转变村民的殡葬观念才是治本之策。具体怎么做呢?农村移风易俗必须结合熟人社会的特点,抓住关键少数。具体而言,要抓好四类群体:村组干部、农村党员、家族族长、风水先生。村组干部、农村党员要当好“宣传

员”和“践行者”,坚决抵制修建豪华活人墓,为广大村民做好榜样示范;引导家族族长更新观念,用宗族亲情的力量倡导族人“厚养薄葬”“生态安葬”;管好农村风水先生,严禁他们以风水宝地等封建迷信思想,诱导村民毁林建墓,破坏生态环境。

在利益的驱使下,毁林建墓成为一些村民挣钱的重要手段。我国《殡葬管理条例》明确规定,禁止占用耕地、林地建造坟墓。对此,必须高举法治之剑,加强源头治理,斩断墓地经济的利益链条。一方面严厉打击村民大肆毁林建墓的违法行为,保护生态环境;一方面严

查基层单位和干部,是否存在利益勾结、利益输送、权力寻租等现象。

监管逗硬,确保整改成效。不得不承认,要拆除大量违法的豪华活人墓,势必会遇到重重阻力。首先,花钱修建豪华活人墓的村民就不会答应。一面是政府要治理,一面是村民要抗拒,两者之间一旦爆发矛盾冲突,很容易造成大规模的群体性事件。正是存在这样的顾虑,有的地方在整治豪华活人墓的时候,就出现了不敢碰硬、走过场等情况。

如何才能确保整改有成效呢?笔者认为,必须让监管“硬起来”。一则是针对违法修建豪

华活人墓比较突出的地方,让地方主要领导切实肩负起保护生态环境的职责;二则是对于群众干扰和阻挠政府工作人员执法的村民,要依法依归进行严厉惩处;三则是成立专项监督小组,随时对整治违法豪华活人墓的情况进行督查暗访,对于不严格落实整治要求的地方政府和工作人员,发现一起查处一起,严肃问责追究,绝不姑息。

保护生态环境,事关未来,不能有半点含糊和马虎。

■沈道远

旅游景区是到了摆脱“门票依赖症”的时候了

好消息!5A、4A级景区门票更大力度降价。近日,国家发改委发出通知,要以“五一”、暑期、“十一”为重要节点,降低景区偏高门票价格,在2019年年内推进景区更大范围、更大力度的降价。(3月30日《新文化报》)

这确实是个好消息。曾几何时,国内景点“涨价潮”可谓是一波接着一波,没有最贵,只有更贵。特别是逢年过节人们扎堆儿出游的时间节点,不少景区往往会以“旺季门票”等为理由借机涨价。再加上水涨船高的食宿等费用,极大加重了游客的经济负担,影响了旅游体验。一直以来,旅游领域的负面新闻和投诉居高不下。

为了遏制一些景点的涨价冲动,早在2008年,发改委等国家8部门就联合发布“禁涨令”,要求“1年内景点门票价格只能降不准涨”。可是,第二年禁令刚刚到期解除,一些地方的景区被“压抑已久”的涨价意愿就开始释放,调价行为相对集中,出现“报复性上涨”。那些不具备上调门票价格条件的景区,则调高了索道价格。相关部门负责人却并未对此感到意外,只是轻描淡写地表示:“地方景区门票定价权在地方,目前尚未发现涨价超出政策的合理范围。”其后一段时间,国内景点价格未能受到有效约束,如脱缰野马一般向“钱”冲。

旅游景点涨价的常

见理由,不外乎是控制流量、保护环境、弥补经费不足等等。而其本质,无非还是经济利益——地方政府借景区涨价增加收入,以缓解财政收入的压力。不管景区集体涨价打出了多么冠冕堂皇的幌子,都难逃“急功近利”甚至“杀鸡取卵”的嫌疑,其负面影响也是显而易见的:其一,抑制民众的旅游消费,尤其是变相剥夺了一部分低收入人群出游的权利,有悖刺激消费、拉动内需的旅游发展需要;其二,损害了景区自身甚至是旅游行业的整体形象,透支旅游业未来;其三,从一定程度上推高了通胀预期,带动了物价上涨。

国家发改委此次的通知,能否收到成效,

并且形成长效机制呢?我们不妨拭目以待。而旅游行业和以旅游为支柱产业的地方,也要以此为契机,转变观念、推动旅游产业的换代升级。国内景区频现集体涨价潮,究其实还是“门票依赖症”这一旅游业的痼疾作祟。旅游业是一条涵盖游、食、行、住、购、娱六部分的产业链,单单盯着一张门票不放,而不是加大旅游产品开发力度、增强旅游市场有效供给,说明我国旅游业的管理和开发依然处在比较粗放的低层次水平之上。中国景区运营在发展相关产业链、拓展多元化营收渠道等方面需要走的路还很长。景区门票降价是大势所趋,是到了摆脱“门票依赖症”的时候了。

大部分景区资源的本质是公共资源,本应属于全体国民所有,但现在却常常被某些“山大王”和地方政府当成了牟利的工具。那些名山大川和自然景区,都是大自然创造的景色,应该是全体国民共同享有的资源,收取高达数百元的门票合适吗?再比如一些宗教场所,收门票是否有“拿信仰卖钱”之嫌呢?这种状况必须改变。窃以为,景区门票应当列入民生价格的监督体系,政府对盲目涨价的现象应实施更有效的监管,让“更大范围、更大力度降价”的目标得以顺利实现。

■乔志峰

规范月嫂市场,让“金牌月嫂”名副其实

随着生活水平的提高及二孩政策的实施,月嫂走进了越来越多的家庭。不少“准妈妈”提前半年就开始考察市场,朋友介绍、看证书、面试、比较价格。各种方法尝试一遍,不少人感慨:动辄花费上万块钱,但找个放心的月嫂不是件容易事儿。市场的火爆导致月嫂行业良莠不齐,交一两千块钱,培训7到10天,拿着培训中心颁发的各种五花八门的证书,就可以出师接单。(4月2日中国新闻网)

随着人们生活水平的提高、孕婴护理观念的提升,以及80、90后

一代逐渐进入生育高峰期,越来越多的准父母阶层有了月嫂与育儿嫂的需求。随着80后、90后成为母婴市场消费主体,针对母婴护理的专业化需求走高,新一代年轻父母对于产妇及婴儿健康的要求已经开始从简单的物质需求和传统的生理保护转变向更科学、更健康的方面发展。这种转变促进了传统月嫂行业的转型升级。

庞大的需求下,月嫂行业也滋生出许多乱象。学历、证书、月嫂证,甚至健康证都可以造假。各种各样的月嫂培训机构“遍地开花”,培训课程形形色色,各种证

书五花八门,很多月嫂一人持多证却不能够及时处理新生儿及产妇生理上可能出现各种情况,有的甚至连尿不湿都不会换。尽管这样,月嫂行业薪酬标准持续居高不下,高额的报酬显然与其专业程度不成正比。

月嫂作为家庭服务业的一个分支,市场上目前没有行业标准,很多雇主根本不知道如何选择一名好的月嫂,但是现在培训机构的金牌月嫂证极少是从主管部门或者正规的渠道出来的,很多都是一些公司自己给月嫂定的级别,缺少评定标准,更没有

评定体系的支撑,金牌月嫂的含金量不言而喻。简言之,现在的月嫂市场呈现出一种外行人懵懂,内行人门儿清的行业现状。

月嫂市场具有良好的发展前景,如果没有规范化的标准和机构进行管理,行业乱象还会不断滋生。况且,产妇在产后是心理和生理最脆弱的时候,新生儿也是最需要特别呵护的时期,必须用最科学的方式进行护理,一点儿也不能马虎,如果让所谓的“金牌月嫂”去护理其实是很危险的,一旦出事,谁来承担责任?因此,当务之急是

加强对月嫂行业的规范,尽快建立统一权威的月嫂行业培训管理制度,让月嫂能力和标准相匹配,让“金牌月嫂”名副其实。此外,有关部门还应加强监管,主动作为,坚决打击薪资漫天乱要价行为,为月嫂和消费者打造一个透明安全的市场。对于准妈妈来说,月嫂的价格不是唯一的判断标准,在选择时还是要擦亮双眼,选择有靠谱资质的家政服务企业。

■卢萌伟



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

李克炎 江单 张华
勇 陶沙 黄浩 李
增勇 龚德贤

顾问 | 方智平

社长 | 李克炎

总编辑 | 江单

常务副社长 | 陶沙

执行总编辑 | 张华

勇

执行社长 | 黄浩

副总编辑 | 李增勇

龚德贤

视觉总监 | 古风

新闻中心

主任 | 方成成

经济新闻中心主任 | 刘中卫

编辑中心

主任 | 龚德贤(兼)

新闻影像中心

主任 | 巢砥平

美洲新闻中心

主任 | 黄浩(兼)

新闻爆料

全球

00852-31106831

中国大陆

010-61057773

24小时新闻热线

185 1382 0014

邮箱爆料

huaxiazaobao@126.com

官方网站

www.huaxiazaobao.org