

今日论衡之世相评弹 曹昌俊

读懂“全职儿女”现象背后的真问题

最近，“全职儿女”的话题受到舆论关注。这种新型的脱产生活方式，指的是年轻人脱产寄居父母处生活，并通过付出一定的劳动换取经济支持，同时保持学习，尝试找到职业目标……豆瓣小组已聚集了3291名“打工人”。在这里“打工人”打工的对象是他们的父母或者祖辈，“陪伴”和“做家务”则是他们的劳动内容。

这是一个极具争议性的话题。一种比较主流的声音认为，这是“新型啃老”，也有人指出，这是年轻人对社会压力的逃避，还有观点认为这是年轻人的自由择业……其实，“全职儿女”现象作为一种个人选择，每个人、每个家庭都会有不同的情况，任何的标签式解读，都注定会有“失真”的风险，对具体的个案来说也未必公平。真正需要警惕的，是对这一现象的美化，并忽视其背后的社会背景。

从媒体的调查来看，选择做“全职儿女”的年轻人，各有各的理由。如一些是因为就业压力，一些是希望拿更多的时间来陪伴父母，一些则是暂时停下工作来给自己“充电”。所以，将他们完全等同于“啃老”，是不准确的。若是短暂性过渡，这些选择其实都无可厚非。可以说，这类情况在以往也同样存在，并不是什么新现象。当然，置于当前的社会背景下来看，一些年轻人选择靠给父母“打工”来获取经济支持，确实各方面条件也更成熟了。如一些“全职儿女”，几乎同时得到“六个钱包”的支持，这在过去是没法想象的。不可否认，正是因为社会的发展，很多家庭有了更好的经济条件，可以给年轻人的“自由择业”提供更大的空间。

但是，我们可以理解一些年轻人乃至家庭的选择，却不能不深思“全职儿女”在当下受到关注的现实背景。如就在日前，国家统计局公布的数据显示，3月份全国16-24岁劳动力调查失业率升至19.6%，创2022年8月以来新高。显然，我们在讨论“全职儿女”现象时，不能完全无视当前社会就业压力的变化。一旦撇开这个社会大背景，注定会忽视“全职儿女”现象增多背后的社会真问题。要知道，在少数年轻人有资格选择做“全职儿女”的另一面，是更多年轻人正面临着就业压力。

实际上，在更大的背景下去看，这种现象并不是我们这里特有的。如在观察这一现象时，不少分析者都联想到发生在日本的“8050”现象。上世纪八九十年代，日本出现不少年轻人“回归”家庭的现象，因此在几十年后出现了“8050”问题——即80岁的父母照顾50岁的子女。有这一前车之鉴在先，对于“全职儿女”现象显然应该要有更多严肃的审视。

从另一个角度看，还有一些年轻人选择做“全职儿女”，只是为考研、考公务员做准备，这对个人选择来说，似乎也没什么可指摘的。但是，一旦这个现象成为一种群体性的追求，却是值得警惕的。毕竟，当一个社会有越来越多的年轻人延迟就业或把考公当成择业首选，恐怕难言是正常现象。更进一步而言，多数年轻人做“全职儿女”，虽然不能等同于躺平，但其实也是选择了一种较低限度的生活，这种“低欲望”的群体价值追求，对于社会活力的影响到底如何，也同样需要关注。

随着社会的不断发展，年轻人的职业选择会更加开放、更多元，这有其必然性。更不用说，并不是每个年轻人都有资格选择做“全职儿女”。所以，对于眼下被热议的“全职儿女”现象倒也不必过于担心。但是，年轻人的行为变化背后，往往传递出社会发展变化的重要信号。而这，显然需要我们读懂。

对维权舆情突出的头部带货者应有重点监管

首席评论 伍里川

4月24日，消费者网、对外经济贸易大学消费者保护法研究中心、北京阳光消费大数据研究院等机构发布《直播带货消费维权舆情分析报告》。报告分析指出，疯狂小杨哥和李佳琦的虚假宣传舆情相对突出，刘畀宏、罗永浩和辛巴的产品质量舆情则更突出。短视频平台的直播带货问题明显多于传统电商平台，需重点关注。

在直播带货风口风生水起的疯狂小杨哥和李佳琦，是行业内公认的标志性人物，但要问他们是不是“行业典范”，那得具体问题具体分析。在此次报告分析的14位直播直播带货消费维权舆情数据中，涉及疯狂小杨哥的维权舆情最多，占比达29.27%；其次是李佳琦，占比28.49%。

“冤枉女孩偷文具”为何犯了众怒

斯涵涵

4月22日，江苏扬州一家文具店老板称女孩偷东西，并要求搜身，警察到场后发现女孩并未偷东西，店主公开道歉。目前该店已暂停营业，还有人在店门口前放白布。(4月24日环球网)

老板怀疑这名小女孩偷了胶带，当众要求小女孩把东西拿出来。面对小女孩“我没拿！”的哭诉和委屈的泪水以及小女孩爷爷愤怒的质疑，依然信誓旦旦大喊“我这有监控，所有人都可以来看！”态度之嚣张引发人们的强烈愤慨。

民法典规定，名誉是对民事主体的品德、声望、才能、信用等的社会评价，任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权，行为人因过错侵害他人民事权益造成损害的，应当承担侵权责任。未成年人保护法也明确：“不得对未成年学生和儿童实施体罚、变相体罚或者其他侮辱人格尊严的行为。”店老板执意当众冤枉小女孩偷东西，严重侵害了小女孩的名誉权和人格权，给她的身心造成了很大的伤害，涉嫌违法。

退一万步说，即便小女孩拿了胶带，老板也应当通过合理的方式和她的监护人进行沟通，或者报警交给公安机关来处理，而非不顾场合肆意污蔑不当行为。店老板在没有确认结果之前，就在公众场合宣称“我这有监控”，无异于“私设公堂”“公然示众”。

站在情理的角度看，一个股带价值不高，而孩子的健康成长却关系到孩子一辈子。孩子年幼，心智尚未成熟，是需要关爱、呵护的弱势群体，社会大众的言行举止会给孩子造成巨大影响。无视孩子的尊严和感受，也漠视法律法规，气势汹汹、咄咄逼人地当众污蔑一个小女孩，说明该店主既缺乏怜小惜弱的同理心，也缺乏和气生财的商业格局。这也是其犯了众怒的缘由所在。

2022年11月，贵州毕节11岁女孩疑因购买文具被店家质疑未付款，为自证清白跳楼自杀。殷鉴不远，相关各方应该全力杜绝此类悲剧再次发生。目前，当地教育局已安抚学生并进行心理疏导，该店铺也已暂停营业，并发布道歉信，门口还是有不少人送来菊花与附有写有“关门大吉、早日倒闭”的卡片，许多网友更是讲述了童年被冤枉的痛苦经历，认为“人性最大的恶，是不讲证据的污蔑”……

如何在合法、合情、合理的框架下发表意见、判断是非，约束不良行为，全面树立关心、爱护未成年人的良好风尚，社会各界要做的反思与工作还有很多。

能全力维系带货者的声誉，才是更为重要的事。事实上，带货大咖们所展现的，已经是一种类似公司经营性质的行为，必须关切到带货、售后全过程，必须经得起消费者的审视和“挑剔”。

但现实是骨感的，以李佳琦为例，近年来，其带货多次发生翻车事件，最为知名的，莫过于不粘锅直播翻车事件、带货麦趣尔牛奶翻车事件。北京青年报报道称，去年5月，消费者在李佳琦直播间购买了麦趣尔问题牛奶，却迟迟拿不到退款。

尽管此类负面消息目前还挡不住带货大咖的带货风头，但消费者的不佳体验却是不断积累的。前述报告，不过是消费民声的一种特殊表达，值得引起带货大咖的注意。

疯狂小杨哥和李佳琦所面对的维权舆情，是一个缩影。前述报告汇总分析有关直播带货维权舆情数据发现，疯狂小杨哥、李佳琦、刘畀宏、

罗永浩、辛巴这5位主播的维权舆情占到本次采集主播舆情的90.97%。这说明，处于带货“金字塔尖”的一众大咖，与公众的信任和期待距离甚远。至少，他们并没有像他们在直播间所愉快展示的那样，总是充满了与“铁子”们的深情厚谊。

消费者所反映的问题，主要涉及虚假宣传、产品质量、价格误导、发货问题、退换货和不文明带货等方面，我们可以想见，有些问题可能是不经意的，有些问题可能是“小节”，但有些问题可能是源于故意，甚至具有某种恶意。这种局面，无疑引人深思。

带货经济的迅猛发展，得益于头部带货者的深耕。但带货经济要想健康发展，必须摆脱起初的“野蛮生长”方式，逐步规范运行。其间，头部带货者的示范价值更加凸显。如果他们能够文明带货、理性带货、规范带货，无疑能在业界形成最佳的引领效应，促进健康的直播带货生态的形成。但显然，他们中的不少人在这个命题上，对同行和消费者都有所“亏欠”。

事实反复说明，带货者的自觉是靠不住的。一个带货者不不论见长短，无所不能地进行全领域、全商品带货，本身就折射出自我约束意识的匮乏。当利益驱动盖过了对自我能力的自知之明之后，自然就膨胀出诸多非理性、非标准化行为，从而形成种种带货乱象。

对此乱象，不仅需要类似报告加以揭示和提醒并引导消费者摆脱“网红迷信”，还需要消费者勇于维权，向乱象说“不”。更重要的是，必须针对性地加强执法监管力量，尤其是对“头部”采取重点监管，同时完善执法标准，畅通举报机制。此外，搭建直播带货信用评级体系，倒逼带货者爱惜羽毛，也是题中应有之义。

宁愿受罚也要毁约？对“民宿刺客”不能姑息

赵志疆

离五一假期还有不到一周了。各大热门旅游城市的酒店告急，价格飙升，早早订好行程的旅客们，心思都快跟着假期飞走了。就在这个时候，预订的民宿突然开始搞“装修”，要求房客退订。记者调查发现，被“毁约”的旅客还真不少，民宿旅馆坐地起价，理由也是千奇百怪。(据4月23日潮新闻)

装修倒闭，老板换了，亲戚来了……“民宿毁约”的理由五花八门，旅客的经历却如出一辙：本想提前预订民宿价格便宜，甚至在看到房价不断上涨时还会心中窃喜，没想到，因为民宿突然“毁约”，自己陷入更加窘迫的境地——五一假期在即，热门景区附近房源大都售罄，即使不考虑价格因素，到哪儿能找到合适的房源呢？

为了五一假期旅游，有人3月中旬就早早选定了一家价格便宜、地理位置也不错的旅店，用上代金券，三晚价格总共还不到300元。民宿“毁约”之后，发现五一期间的价格已经涨到了600多元一晚。“房源

只有，只是不想卖给我了。”旅客的吐槽，对应着普遍存在的怪象：某些民宿这边厢以“毁约”为能事，那那边厢以涨价为乐事，更有甚者，预订出去的房源尚未“毁约”成功，就已迫不及待重新发布待价而沽。

民宿“坐地起价”，多数旅客却只能忍气吞声，美好的旅程尚未开始，就因此蒙上了一层阴影。尽管一些网络平台设置了处罚机制，但在唾手可得的价格收益面前，不少民宿甘愿“认罚”。有民宿老板表示，过去三年疫情严重，民宿几乎都不赚钱，有的还在亏本苦苦支撑，都指望着一五一假期“收割”一波。民宿老板的心情可以理解，但这种行为不能姑息——往小处说，这是一种违约甚至欺诈行为；往大处说，这是一己之私利，破坏一城之形象。

五一假期日益临近，多地酒店房价随之水涨船高，以至于令人惊呼为“酒店刺客”。如果说明码标价，更多体现的是市场关系，暗戳戳地毁约之后“坐地起价”，更像是一种“报复性宰客”。某些民宿老板乐此不疲，不仅仅是“吃相难看”，更下的是“一锤子买卖”思维主导下的必然。旅游市场全面回暖的局面来之不易，民宿宁可违约也要“赶客”，无疑是一种杀鸡取卵式的短视行为，这不仅是对消费者权益的粗暴伤害，更是对地方旅游形象的抹黑和破坏。

作为典型的引擎经济、流量型经济，文旅产业不仅能带来直接的经济效益，而且能带动综合消费和经济社会快速发展。在各地都在发力把流量变成“留量”、将旅游资源转化为“理由”经济的背景下，对吃相难看的“民宿刺客”，监管部门应有足够重视。一方面，应该建立健全监督举报机制，接受消费者的监督和举报；另一方面，应该督促网络平台加强监管力度，加大处罚力度；更重要的是，对于性质恶劣的典型事例，有必要依法严惩，以儆效尤。只有确保游客可以放心出游、安心消费，才能以文旅产业的强劲复苏，带动区域经济的综合发展。

广州·城事 A9

为何目前新冠阳性患者以轻症为主？

临床和病毒专家提醒：脆弱人群以及未阳过人群，都要积极接种疫苗

“昨天在饭桌上一块吃饭的朋友今天新冠抗原检测阳性，我还没阳过，不知道能不能躲过第二波？”近日，不少读者向媒体反映，周围感染新冠病毒的同事和朋友多了起来。为此，羊城晚报记者走访广州市多家医院，了解目前“二阳”及“首阳”的情况。

“二阳”以轻症为主，部分为首次感染

针对目前感染新冠病毒增多的现象，4月24日，广东省第二人民医院呼吸与危重症医学科副主任医师颜文森告诉记者，“最近在门诊接触了近20位新冠病毒感染阳性患者，其中二次感染的新冠患者有五到六例。”

“随着感染人群体内抗体浓度的下降，新冠病毒的感染可能会出现间隔3-6个月‘扎堆感染’的规律性、季节性情况。”南方医科大学南方医院疑难感染病中心主任彭勃教授表示，近期新冠感染人数增多正是这种规律性感染的体现。

没阳过的人群感染风险高，特别是一家人

“我这边还没有收到重症病人，发热门诊的新冠患者症状都还比较轻。”广州医科大学附属市八医院重症医学科主任邓西龙说。针对二阳症状普遍较轻的情况，广州医科大学附属市八医院传染病研究所副所长

李锋表示，“从现有数据来看，感染过奥密克戎特别是广州上一波的流行株BA.5后，体内抗体对同一病毒株的不同亚型分支，还是具有一定中和保护，短期内能够抵抗奥密克戎变异株的攻击。”李锋强调，即使发生二次感染，体内预存的免疫记忆也可以立即启动，有效降低感染后的严重程度。

“目前，我们查到的新冠感染者的Ct值都偏低(一般数值越低，体内病毒载量越多)，因此，没阳过的人群被感染的风险比较高，特别是同一家人。”颜文森说，“建议没有阳过的人群，尤其是没有打疫苗的人群，尽快接种疫苗。”

羊城晚报记者 张华 林清清 薛仁政

羊城晚报讯 记者王丹阳、郭思琦、通讯员粤交综报道：4月24日，记者从广东省交通运输厅获悉，“五一”假期实施七座及以下小客车免收通行费政策(4月29日零时至5月3日24时)，预计广东高速公路高峰(4月29日)车流量将达854万车次，同比上升约17%。

广东预计4月29日迎高速车流高峰 “五一”繁忙路段 广州约占全省三成

今年“五一”假期预计公众出行、出游需求会集中释放，广东高速公路将以探亲、出游车流为主，小型客车占比较高。预计今年“五一”假期，广东高速公路路网日均车流量约785万车次，同比上升约23%。预计从假期前一天(4月28日)下午开始，部分车主要选择提前出行，广州、深圳等中心城区的出城车流密集，出行车流将在假期第一天(4月29日)集中出现，4月30日车流有所回落；5月2日部分返程车流开始出现，5月3日是回程车流高峰，各省内、省际主干道，以及大中城市进城方向车流聚集。节后第一天(5月4日)车流回落，仍有部分返程车流。

根据广东省交通运输厅的数据预计，今年“五一”假期广东高速公路易堵点共计113处，其中易堵路段104处，易堵收费站6对，易堵收费站3对；广东普通国道易堵点共计6处。值得关注的是，在预计的广东高速104处易堵路段中，广州市就约占三成，共有31处路段，堪称假期最繁忙的城市。

环粤港澳大湾区城市自行车挑战赛启动

增城发布5条精品骑行路线

羊城晚报讯 记者马灿、通讯员增宣报道：24日，记者从广州增城区获悉，继荔波音乐节之后，作为“挂绿之夏”2023广州增城荔枝文化旅游季的第二个活动——2023环粤港澳大湾区城市自行车挑战赛已启动，并发布了5条骑行精品路线。赛事将于5月14日在增城荔波景区正式拉开帷幕。据悉，此次赛事共设置男子公路精英组、男子公路大众组、女子公路组3个组别。启动仪式上，主办方发布了增城荔波、荔湖碧道休闲体验路线、乡村振兴·丝苗源地休闲挑战路线、增城文旅·正果美食休闲运动路线、仙姑故里·白水仙瀑运动体验路线和多彩增城·甜美荔枝运动挑战路线等5条骑行精品路线，串联起生态休闲、历史文化、特色美食以及新城市中心。

粤讲粤有古

文/羊城晚报记者 李焕坤 谭铮

目前，第133届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)第二期正火热进行中。最新数据显示，4月15-19日举办的第一期展览面积和进馆人次均创历史新高，到会境外采购商6.6万人，出口成交128亿美元。广交会已经举办67年，被誉为“中国第一展”，但沿着历史长河再往前溯，其实明清时期广州就开始举办季节性的中外商品交易会，亚洲、欧洲、美洲的主要国家和地区几乎都与广州发生过直接的贸易关系。今期《粤讲粤有古》就带你了解四百多年前的“广交会”。

数百年前的“广交会”，你要说“广式英语”



从秦汉时期起，位于太平洋西岸枢纽位置的广州，就是当时世界上最为著名的贸易大港。16世纪，船舶贸易，即在市舶司管理下中外通过海运互市，在广州海外贸易中的比重逐渐增加。万历八年(1580年)，官府根据两次不同的季候风，开始每年在广州举办两次中外商品交易会，通常是在一月与六月，每次为期两三个月。一月的“春季交易会”，主要是从南洋、印度洋、欧洲来的客商；六月的“夏季交易会”，则主要是从日本来的客商。如今位于越秀区的高第街一带便是当时举办一年两度“交易会”的地方。

清朝时，广州海外贸易达到鼎盛。康熙二十四年(1685年)，清廷开放海禁，设立江、浙、闽、粤四海关。乾隆二十二年(1757年)，清廷独存粤海关，实行番商“将来只许在广东收泊交易”的“一口通商”政策，并由十三行专营对外贸易，广州成为唯一能与西洋航海国家通商的口岸。

旧时的“广交会”交易会哪些商品？出口的当然是丝绸、瓷器、茶叶和土布之类，而从外国进口的则是毛织品、棉花、金属和香料等。交易时间是夏秋两季，买卖期间外商可以住在广州十三行，买卖完了，就要到澳门去过冬。

当时翻译人员当然没有现在多。在谈生意、做买卖的过程中，一种中英混杂的“广式英语”就产生了。十三行的商人就是凭借它，与外国商人沟通和交流。“广式英语”很多时候没有遵循英语的语法，却符合中国人的语言逻辑。比如：“Chin-chin, how you do, long time my no hab see you.”意思是：请请，您好！好久时间没有见。

十九世纪初，广州街面上还出现了许多广式英语的词汇书。这些词汇书中收录了许多日常生活和贸易的必备词语，大都是用汉字记录，以广州方言来拼写的英语词汇，例如数

