

“隔空猥亵儿童获刑九个月”是法治警示课

□井夫

在网络社交平台要求未成年人发送个人私密照片，算猥亵吗？近日，广东省深圳市龙华区人民法院审结一起隔空猥亵案，被告人李某犯猥亵儿童罪获刑九个月。（10月13日《人民法院报》）

所谓“隔空猥亵”，是指行为人以满足性刺激为目的，以互联网为媒介，以诱骗、强迫或者其他方式哄骗或者胁迫要求未成年人与他们进行裸聊，或者拍摄、发送自己身体隐私部位的照片、视频供其观看，严重侵害未成年人人格尊严和心理健康的犯罪行为。

也许有人会说，“隔空猥亵”只是通过网络平台诱哄被害人拍摄隐私部位，然后发送给其观看，并未接触未成

年人的身体，应该不算性侵害，这怎么就涉嫌违法犯罪了呢？

但事实上，我国法律已明确，通过网络实施的非直接身体接触的猥亵行为与实际接触儿童身体的猥亵行为具有相同的社会危害性，可以认定构成猥亵儿童罪（既遂）。同时，2018年11月，最高人民检察院公布的第11批指导案例中的“骆某案”也提供了法律解读，厘清了争议，提供了指引。而且，2011年生效的《刑法修正案（十一）》，对猥亵儿童的恶劣情节作了列举式的规定，进一步细化了猥亵儿童罪从重处罚的规定，为有效治理“隔空猥亵”进一步提供了依据。这说明，“隔空猥亵”也是一种性侵害，这自然也就是一种违法犯罪行为。

因而，此次李某“隔空猥亵”儿童

被判处有期徒刑九个月，是依法判决，并非误判或乱判。同时，这起典型案例，也无疑具有一定的警示意义，不仅是对当事人的一种严惩，更是对其他人的一种警示。可以说“隔空猥亵儿童获刑九个月”是一堂生动的法治警示课。

当然，对“隔空猥亵”违法犯罪行为，不能简单地“一判了之”，还需加强普法宣传和教育。一方面，要让更多的人从不知法、不懂法，学会知法、懂法，继而学会遵法、守法。另一方面，相关法律部门不妨把身边的“隔空猥亵”儿童案件，通过“电视庭审”或“现场巡回庭审”等方式，以案释法，以案警示，让更多的人从中吸取教训，引以为戒，自觉远离“隔空猥亵”未成年人违法犯罪行为。

■ 一针见血

不能让民宿沦为“民诉”

□杨玉龙

“在入住前没法知道，等待自己的是惊喜还是惊吓。”江苏旅行爱好者王蓓说，在某古镇旅游时入住民宿，午休时马桶上方一块大理石墙砖突然砸下，至今回想依然后怕。如今不少人出游，喜欢住风格多样、“小而美”的民宿。记者调查发现，民宿行业快速发展的同时，也暴露出一些安全、管理等方面的问题，引发不少消费者吐槽。（10月12日《新华每日电讯》）

民宿乱象伤害的不只是消费者，还包括地区形象及旅游市场。例如，一些照片精美的“网红民宿”在现实中让人大跌眼镜。今年，网上还出现了假地名、假地址的“幽灵民宿”。这些，不仅会影响到经营主体及行业口碑，更有可能“红”得快，“凉”得也快，进而影响到区域旅游形象，这样的一锤子买卖经营思想的确要不得。

对民宿行业需要加强监管。2019年，文化和旅游部发布《旅游民宿基本要求与评价》行业标准。今年2月1日起，国家标准《旅游民宿基本要求与等



资料图片

级划分》正式实施。这些是规范行业发展的必要之举。但从报道来看，一般各职能部门只会对纳入自身统计的民宿进行主动监管，未纳入统计的就处于监管空白地带，可见，监管短板亟待弥补。

同时，促进民宿产业高质量发展，要探索多元共治，规范市场。一些地方

的做法就值得借鉴。例如，江西省上饶市投入数百万元研发出“智慧民宿+”系统，游客通过扫码等方式，即可快速办理入住登记。可以说，唯有公安、文旅、住建等有关部门，切实负起责任，切实发挥出各自主体责任，才能有效遏制行业乱象，为行业发展提供良好发展环境。

■金玉良言

餐厅“现炒菜”成卖点是对预制菜的警醒

□苑广阔

国庆期间，预制菜再次成为消费热点话题。一些外出就餐的市民发现，有餐厅已将“现炒”当成卖点宣传。经过实地走访和专家访谈，我们找出核心的四个问题，希望能揭开预制菜的真实面目。（10月10日《北京晚报》）

现在一些餐厅公然打出“现炒菜”，其实是一件好事。因为这在客观上和预制菜形成了一种竞争的关系，不但增加了消费者的选择，而且还可以倒逼预制菜企业进行技术、生产上的革新，让预制菜逐渐摆脱现在留给消费者的不良印

象，在改善新鲜度、口感、风味的同时，也尽量减少对各种添加剂的使用，以赢得消费者的信任，也为自己赢得更大的市场。

现在的预制菜行业，确实给人以比较混乱的感觉。即使是同一种预制菜品，所使用的生产执行标准也不一样。

事实上，行业标准只是当前预制菜领域采用的标准之一。有数据显示，截至今年5月，各地预制菜标准数量约120项，包括地方标准、团体标准、企业标准，尚缺乏国家标准。这也就意味着，对于整个预制菜行业，目前还处于各自为战，各立标准，彼此孤立的状

态，这显然不利于整个行业的良性和健康发展。

还有一个问题，就是很多餐厅明明使用了预制菜，但是却告知消费者，让消费者无从选择，这等于是变相剥夺了消费者的知情权。由此不难发现，在公众还没有完全从心里接受预制菜，同时预制菜行业也缺乏相应国家标准的当下，一些餐厅以“现炒菜”作为卖点，确实是一件好事，也把压力给到了预制菜企业乃至整个行业这边。我们希望国家尽快围绕预制菜出台相关的标准，同时加强对市场监管的力度，引导和督促餐饮企业保障消费者的知情权。

■ 百家讲坛

管一管未成年人 为偶像“打榜”

□周志宏

杨某和唐某盯住未成年人社会经验少、防范意识差、盲目追星等弱点，打着获得与明星互动机会等福利的“幌子”，诱骗一些未成年人所谓“助力明星‘打榜’”，进而实施诈骗，共骗取11名未成年被害人近25万元。（检察日报10月10日）

在全链条打击电信网络诈骗犯罪的背景下，诈骗分子利用未成年人迫切与偶像互动的盲目心态、缺乏社会经验和法律意识，将罪恶之手伸向未成年人，一步步为未成年人布好陷阱，引诱他们“入坑”。手段极其卑劣、用心极其险恶。

家庭、学校及社会各方面要共同发力，帮助孩子了解、学习安全的网络使用规则，增强未成年人的反诈防诈意识。同时，家长与学校要加强沟通、密切合作，通过给予孩子更多高质量的陪伴与关注，教育他们在网络追星中保持冷静与理性，不能盲从。司法机关要主动出击，斩断伸向未成年人的“黑手”。

电影院“分区售票” 要避免变相涨价

□何勇海

近日，北京的电影院开始流行分区售票。其实，三年前北京就有电影院推出分区售票，当时曾引起过一轮讨论，网友多是反对之声。然而三年间，分区售票的电影院越来越多。分区方式也越来越细致，有的影厅划分出“特价位”“优惠区”“默认区”“黄金区”四个区域。（10月11日《北京日报》）

事实上，分区售票要避免变相涨价之嫌，不是电影院自说自话就能实现的。一是分区不必太多。正如一位观众所说，相较于演唱会舞台，电影院没那么大的区分度，要说最前面一两排跟后面不一样还可以理解，有必要分四五个区域吗？二是不应因一些档期生意火爆，而提高“黄金座位”的价格，而是应给体验感差的区域真正降价，如此才能吸引不同消费能力的观众。三是确实不能以锁定低价票等方式，倒逼观众选择高价票。还要避免买了低价票的观众抢坐高价票区域，引发矛盾纠纷，这考验电影院的管理能力。只有做到这些，分区售票才可能实现通过降低观影门槛和精细化服务吸引更多观影人群的目的。