

热点追评

## 女子带3娃买4张票登机被拒 航空乘机规则应与三孩政策相衔接

吴睿鸫

8月16日，“女子称带3娃买4张票登机被拒”的话题登上微博热搜，引发网友热议。8月12日，重庆一网友发视频称自己带3娃出行，买了1张成人票和3张儿童票，却无法办理登机手续。最后只能又买了1张票，4个人共买5张票。对此，四川航空客服表示，目前川航的乘机规定一个年满18岁以上的成人可以带两名未满12岁的儿童。如果带3个小朋友的话，小朋友年龄满5岁但未满12岁，在这个航班有无陪配额的情况下，可以订无陪儿童票。

8月16日极目新闻

客观地讲，航空公司要求这位女子补票有合规合情。对携带儿童数量，川航明确规定，每位成人只能携带两名儿童乘机，超过规定数量必须按无成人陪伴儿童规定办理。一个大人只能绑定两名儿童，既能对儿童人身安全提供有效保障，也便于对

飞机乘客的精准管理。

但问题是，这位乘客在购买3张儿童票的时候，航空公司有没有履行提醒义务。消费者权益保护法明确规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

这就要求四川航空公司在售票环节，消费者在进行网络购票时，当录入第3个儿童时，就应该提示“超过同程儿童数量，请增加成人或购买无陪同儿童票”，让消费者知晓一名成人乘客只能带两名儿童，以此来保障乘客知情权和选择权。

行文致此，不禁想到前一段时间，发生列车上类似的事件。8

月1日，从宜春开往温州的火车上，一女子买3张成人卧铺票带4名小孩乘车，其中2名小孩各占一个铺位，该女子照顾另2名小孩3人挤同一个铺位，列车员查票时让补1张座位票，最终，一乘客主动认亲，称是孩子舅舅帮解决补票问题。

无论是带3娃买4张票登机被拒，还是买3张卧铺带4娃乘车被要求补票，都反映出国家全面实施三孩生育政策，与铁路、航空客运制度规则不衔接，甚至有些“格格不入”。

因时而变，随事而制。面对多娃时代的到来，航空、铁路、公交等作为普通老百姓日常出行工具，更要因时制宜，尤其要针对三孩的公共交通出行制度规则，进行适度调整，这不仅能够有效降低三孩家庭出行成本，也能实现与国家生育政策有效衔接。惟此，才能推动实现适度生育水平，让三孩生育政策落地见效。

三江热议

## 莫名其妙成为 10多家公司老板 不可稀里糊涂 删除了之

郭元鹏

“每天都被电话骚扰，多的时候十多个，接起来都叫我‘老板’，太烦了。”近日，许小姐反映个人手机号码被莫名其妙登记为企业联系电话，深受其扰。记者输入许小姐的手机号码，“企查查”平台里已查询不到相关企业，而“天眼查”平台竟然跳出了“宁波鸿日商务咨询有限公司”等11家不同的宁波企业。

8月16日《宁波晚报》

在自己毫不知情的情况之下，自己的手机号码竟然出现在了10多家企业的联系人名单里，而且上了“企查查”和“天眼查”。这到底是怎么回事呢？“企查查”平台客服热线客服人员称，他们平台和“国家企业信用信息公示系统”平台信息是互通联动的，电话号码是平台系统抓取后者企业年报中登记的联系方式获取的。目前，与许小姐的手机号码已经删除。“天眼查”平台客服热线的说法和“企查查”基本一致，并表示平台会进行删除。

至此，徐小姐“莫名其妙成为10多家公司老板”的烦恼应该是解除了。“企查查”和“天眼查”删除手机号码之后，应该是再无人拨打她的电话了。可是，到了这里并非问题的皆大欢喜，或者说不是画句号的时候。因为，到了这里，我们还是没搞清楚一个问题：一位普普通通的市民为何就在自己毫不知情的情况下“成了老板”？

类似情况已经成为一种现象。曾经看过一篇报道，某地一位市民在办理有关业务的时候，发现自己“成为了某公司的老板”，企业注册的各种信息都是他的名字和电话。而当他表示不是自己注册的，需要撤销的时候，遇到了困难，要求其提供各种各样的资料 and 申请。这位市民感到疑惑：注册的时候咋不需要我们申请？注销的时候却需要我申请？针对此类现象，也有市场监督管理部门表示：联系电话作为敏感信息不属于对外公示信息，相关平台应当对其信息来源说明并承担责任。如此回应显然是避重就轻。“企查查”和“天眼查”公布手机号码确实存在问题，但不是“莫名其妙成为老板”的主要问题。假如，“企查查”和“天眼查”没有公布这些数据，那么“莫名其妙成为老板”此类现象何时发现？

我们必须揪出“莫名其妙成为老板”背后的“幕后老板”。也就是说，要看看这些人“冒用他人身份证”“冒用他人手机号”注册公司、上报数据，到底是想干什么？最值得追问的则是“冒用他人身份证”“冒用他人手机号”注册公司、上报数据，是如何通过监管部门审查的？这里的漏洞到底有多大？其中有没有违法犯罪的问题？莫名其妙成为10多家公司老板，得揪出“背后的老板”，不可稀里糊涂删除了之。

不吐不快

## 向原作者索赔的视觉中国 不像是在维权更像是在“碰瓷”

史洪举

因“向原创者索赔8万余元”，视觉中国再次引发关注。8月15日，摄影师戴建峰发文称他当天接到视觉中国的电话，称其公众号侵权使用了视觉中国173张照片，并提供了两个解决方案。而这些所谓的“侵权照片”都是戴建峰本人拍摄的作品。视觉中国回应称，经初步核实，涉事图片系戴建峰授权图片库Stocktrek Images进行销售，Stocktrek Images又将相关图片授权给Getty Images销售。视觉中国作为Getty Images在中国大陆地区的独家合作伙伴，拥有对包括涉事相关图片在内的完整的销售权利，涉事图片的销售授权链条清晰完整。视觉中国创始人据此认为这是一场“误会”。

8月16日《新京报》

图片整合者、中转商向图片的所有人维权，这事倒是非常稀奇。尤其是，其提出的每张图片高达500元的索赔，算得上天价了。对此，相关部门有必要以此为契机，查处这一“碰瓷式”索赔背后的内幕，调查涉事公司是否存在不正当竞争等违法行为。

《著作权法》明确规定，著作权人属于作者，创作作品的自然人是作者。由此可见，图片的拍摄者是毫无疑问的作者，享有完全完全，不容置疑的发表权、署名权、展览权、署名权等权利。此外，如果作者授权出版社或者其他出版、发表该作品的，被授权人也依法取得相关权利。

因此，如果图片的原作者所述自己已与Stocktrek进行核实，“Stocktrek明确告知我，视觉中国无权销售我的作品，也没有我作品的任何版权。Getty也无权将我的作品再次转授。”内容属实的话，视觉中国所谓的索赔就是无水之源了，即其根本不享有涉事图片的相关权利。那么，莫说是原作者发表自己的图片，即便是其他人使用该图片，视觉中国也无权索赔。相反，视觉中国收集、销售该图片的行为才是妥妥的侵权。

当然，目前虽然各方说法迥异，视觉中国是否享有涉事图片的相关权利不得而知。但一个确定的事实是，其向原作者索赔做法和理由根本站不住脚。其在没有搞清楚图片权

属，使用者系合理使用还是侵权的情况下，就擅自索赔8万元的做法，只能是自取其辱，而非所谓的误会。

毫不客气地说，这种天价索赔，不像是合理维权，更像是碰瓷。且可以合理推测和怀疑的是，如果视觉中国此次的维权不是碰到了原作者，而是其非作者，其会不会在连哄带吓之下稀里糊涂地赔偿认栽？如果其他人赔偿认栽了，视觉中国在并未取得图片相关权利的情况下获取的收入算不算非法所得？特别是，除了刚好遇见作者并被曝光的索赔外，视觉中国还有多少索赔并“成功”的事情？

尊重著作权是法治社会的共识，但作为“图片搬运工”的视觉中国不能以此为由过度维权。因而，其理当积极审视自己的商业模式和商业逻辑是否合法、合理。相关部门更有必要调查涉事企业是否存在不正当竞争、滥用权利等行为。以此整治市场秩序，在保护知识产权的同时，尊重保护人们合理使用作品的权利，促进创新创业。

晚报评论邮箱：nbwbplj@163.com