去不去养老院 老人和子女谁说了算

重庆的苏大爷今年90多岁了，平时行动不便，常年需要专人看护。当年妻子去世早，是苏大爷一个人将6个子女拉扯大的。这些年，苏大爷就跟着自己的长子生活。

可随着年事渐高，生活自理能力越来越差，苏大爷时常因琐事和儿子一家产生矛盾，儿子、儿媳妇的照料也越来越吃力。于是，苏大爷提出，不想再和儿子同住了，想搬到城区的养老院生活。在老人看来，这样既不拖累长子一家，也能得到更专业的照料。他特地去咨询过，自己看中的那家养老院，每月费用3700元，6个子女平均下来，每人每月也就几百块钱。

可这个想法刚说出口，就遭到了子女的反对。有的子女说，自己有病，每个月要花上一大笔钱治病，没有多余的钱供老人去养老院；有的子女说，自己家住在农村，靠种地为生，本身收入就很少。总之，老人这一个月近4000元的养老院费用，大家都不想出。

于是，有的子女就说，不如老人轮流到6个子女家中居住；有的人建议，干脆到镇上收费更低的养老院去。几番讨论后，子女始终不同意苏大爷想去养老院的意见。

双方越说越僵，委屈又无奈的苏大爷一怒之下将6个子女告上法院，要求每人每月支付700元的赡养费，送自己去养老院居住，同时，要求子女定期探望。在法庭上，6个子女都承认赡养老人是法定义务，但普遍认为自己在家中赡养即可，没有必要每个月支付700元的赡养费。

法院审理认为，赡养父母是成年子女的法定义务，不得以任何理由拒绝。同时，老年人有权自主选择养老方式。老人要求入住养老机构的诉求符合实际情况，应当予以尊重。

老年人权益保障法明确规定："对生活不能自理的老年人……可以按照老年人的意愿委托他人或者养老机构等照料。"

最终，法院结合老人生活需要，同时充分考虑子女经济能力以及当地生活水平，酌情作出判决：6个子女每人每月支付赡养费500元，用作老人住养老院的费用。同时，老人每月的医疗费由6个子女平均承担。各个子女每月需要上门探望老人一次。

法官介绍，这起看似普通的家庭纠纷，实际上厘清了许多养老的法律边界。首先，养老方式，老人的意愿优先。不少人总觉得，子女在身边才是孝顺，但根据老年人权益保障法等的规定，去不去养老院、去哪家养老院，要尊重老人本人的选择，子女不能强行替老人做决定。其次，赡养义务不只是给钱，更需要精神慰藉。法律明确规定，赡养人要履行经济供养、生活照料、精神慰藉等义务，与老人分开居住的家庭成员，应当自觉看望或者问候老人。因此，本案判决也明确了子女上门看望老人的义务。

来源：人民日报

年轻人为什么不爱买皮鞋了？



近日，"年轻人不爱买皮鞋了"等话题引发热议，有网友调侃，皮鞋如今只出现在三种场景——婚礼、面试和皮鞋广告。从销售数据来看，网友的话并非全然戏言。

中国皮革协会数据显示，皮鞋在成品鞋中的市场份额，已从2015年的41.7%降至2025年的15.3%。行业研究机构预测，国内皮鞋年产量将从2016年46亿双的高点回落至2026年的17亿双。红蜻蜓、奥康等知名品牌销量、营收、利润承压，印证选购皮鞋的消费者确实在减少。

皮鞋，究竟是如何从穿搭刚需，变成仅限特定场合的选择？

首要原因在于：穿皮鞋的符号意义已经淡化。过去，皮鞋是一种身份符号，代表体面与潮流。从乔布斯的黑色高领衫，到硅谷休闲风尚逐步渗透华尔街，"西装革履才等于专业"的固有印象慢慢被消解。

更深层的转变，来自穿着体验。在皮鞋的"黄金时代"，足部不适常常被视作可以忍受的代价。磨脚、挤脚、闷脚，大多忍忍便过去了——彼时穿皮鞋优先追求的是外人眼中的体面，而非自身穿着感受。但今天的年轻人不这么想，他们买东西首要看"自己舒不舒服"，而不是"别人看着顺不顺眼"。这并非不讲质感，而是消费观念发生了深刻转变。

有一种观点认为，皮鞋遇冷的原因是企业没有读懂消费者，其创新投入不足、产品迭代偏慢，款式、版型、材质长期缺少突破性革新。但这一看法只触及表象，忽略了行业面临的系统性压力。业内人士表示，传统皮鞋属于重工工艺，材质管控难度大、自动化改造门槛高；叠加当下订单碎片化、小单化的趋势，无论生产成本还是生产效率，都难以和休闲鞋、运动鞋竞争。

因此，皮鞋行业真正的症结，不在于有没有听见消费者的诉求，而在于听见之后，能否完成一场系统性转型：从重工工艺转向柔性制造，从单一正装赛道转向场景化产品矩阵，从传统批发分销转向精细化运营，实现全链条能力的迭代升级。

不少企业已经开始主动求新求变，乐福鞋、船鞋、轻量德比鞋等品类热度持续上升。这类鞋款保留了皮鞋的质感，同时大幅弱化传统正装鞋的拘束感，更契合当下消费者的穿搭偏好。当然，这类探索距离行业颠覆性变革尚有距离，但它们指明了同一个方向：年轻人并非排斥皮鞋，只是不愿选择一双让自己局促难受的皮鞋。

来源：经济日报

江苏省首个秋假如约而至，昆山戏曲百戏博物馆迎来参观热潮。馆内重磅特展"百戏聚首 国宝归源——圆明园兽首暨海外回流文物特展"自启幕以来，热度居高不下。上海、苏州及周边地区游客慕名而来。秋假期间，研学火热，多支来自省内各地的学生研学团队接踵而至，展厅前有序排起长队。

来源：扬子晚报



这类诈骗需警惕

冒充车企发布"车辆召回"虚假信息

记者近日从北京市公安局刑侦总队召开的发布会上了解到，今年11月以来，虚假"车辆召回"类诈骗案件多发。诈骗分子冒充各大品牌车企客服，向车主发送虚假召回短信，诱导车主点击信息里的网址或扫二维码，通过"领取"修车补偿进而实施诈骗。

北京市公安局刑侦总队政治处主任李小燕介绍，截至目前，被冒充的车企品牌已有20余家。综合案件分析，诈骗分子多通过"iMessage"、普通短信等渠道向外发送虚假召回通知，信息能够精准显示车主姓名、车牌号，还附带伪造的官方文件、高仿官网链接及二维码。

骗子谎称车辆气囊、转向、制动等零部件存在安全隐患，不及时处置不仅会威胁行车安全，还将取消车辆质保，"逼迫"车主限时联系"客服"，并引导车主选择线上理赔、自主修车的退费模式。

当受害车主联系上"客服"要求退费之后，骗子会以提供的账户没有企业收款功能导致收款失败为由，引导车主通过"刷流水"开通银行卡企业收款功能。等车主彻底相信后，就以"输入转账编码"等为幌子，骗取转账金额。

北京警方提示，正规的车辆召回，不会通过私人手机号、"iMessage"、境外号码发送通知。车主收到召回相关消息，不要直接点开短信内链接，务必通过车企官方客服、官方App、授权4S店等正规途径核实真伪。同时，官方车辆召回只为车主提供免费检修服务，不存在修车补贴、理赔退款等项目。凡是借召回名义，要求"刷流水"、向陌生账户转账的，全部属于诈骗。遇到要求下载会议软件，索要银行卡、验证码，打探银行卡限额等情况，一定要提高警惕。若不慎点击可疑链接、开启过屏幕共享，请第一时间断网，及时联系银行冻结银行卡，守护账户安全。一旦发现被骗，请立刻拨打110报警求助。

来源：新华社