



今日金评

消防员“父女合照”刷屏 除了激赏与心疼,我们还能做些什么?

昨天,杭州一张小姑娘远远躲在消防员父亲背后的照片,被很多消防员朋友圈刷屏,引发大家的共鸣。一位消防员在朋友圈转发后留言:朋友圈最佳照片,没有之一,透过照片,我们能感受到小姑娘急切和委屈的心情,致这个节日坚守在岗位的各位。(9月16日《钱江晚报》)

15日下午5时许,杭州总队召集各个支队开一个关于中秋节小长假的消防安全情况视频调度会,会议持续了近一个小时。小女孩父亲钱飞的同事李斌,注意到门口角落站着一个7岁左右的小女孩,站累了就蹲下,蹲累了就坐下,然后又站起来。她不吵不闹,静静地看着正在开会的爸爸,一等就是50分钟。看到这一幕,李斌很受触动,于是拿出手机,悄悄按了一张。没想到,这张照片发到

朋友圈后,引发了很多消防员的共鸣。

一边是忙于消防安全工作无暇顾及孩子的父亲,一边则是急切而委屈地等待父女相聚的小女孩,这样的画面及强烈对比场景,无法不让人为之激赏和心疼。激赏,是感动于一种节日坚守岗位的奉献精神;心疼,是感怀于一颗幼小的心灵要遭受如此折磨。

感人心者,莫乎于情。但光激赏与心疼还不够,应该呼吁相关政府部门或全社会接下来做什么。

从报道来看,之所以发生这样的一幕,原因是小女孩爸爸是消防员,妈妈是民警,也就是说工作岗位决定了小女孩与父母聚少离多,而偏偏平时带她的奶奶这次要赶回嘉兴老家过节。于是,所有善良的人不愿看到的一幕发生了。

倘若有一种专门针对有需求的、父母又在特殊岗位工作的家庭成员帮扶机制,比如由政府视情注资兴办几所带有公益性质的节假日托儿所,或号召市民组成节假日志愿服务队,专门为特殊岗位工作人员提供家庭服务,这样无奈又让人心酸的画面是不是可以避免?同时也能让像警察、消防员、应急管理部门工作人员等从事特殊职业的人更安心地服务人民,服务于全社会。

消防员也好,军警也好,抑或是其他从事特殊工作、肩负特殊使命的人员,为了人民的利益,牺牲得就够多了,我们有什么理由再让他们年幼的孩子跟着受苦受累,甚至遭受心灵的折磨?换言之,为他们照顾一下孩子、老人,减轻一下他们的家庭负担,不也是对“同舟共济,守望相助”中华优秀传统文化美德的弘扬? 王志顺

百姓话语

实现“同城同质同价”关键在机场



漫画:朱慧卿

提起机场消费,许多人的第一反应就是“价格高”“垄断”。78元一碗面条,59元一碗馄饨……机场的“天价”餐饮,可以说令人望而却步。近日,宁夏的银川河东机场发布消息,宣布将全面下调餐饮价格。本次餐饮调价共涵盖面食等9个大类的209款餐品。其中,最受旅客关注的牛肉面价格,调整后降幅达54%。而在银川机场之前,已有多家机场推进餐饮“同城同质同价”。(9月16日《新京报》)

机场餐饮“同城同质同价”,无疑是好事一桩,自会受到消费者的欢迎。只是深究下去,会冒出三个问题:商户的利益能否得到合理保证?

皆大欢喜的举措,为什么拖到今天,还只是个别机场试水?怎么挨骂的是商户,被表扬的时候却是机场?

之所以长期能够做到“同城同质不同价”,无非有两个原因:一者,机场旅客的收入相对较高,而选择又有限,所以商家们“能宰一刀是一刀”;二来,机场商户的房租很高,难以做到“同城同质同价”。

亏本的买卖没人做。机场内的商户数十上百家,按照市场规律,很难结成价格同盟。这意味着,只要有一家“不宰客”,完全可以吸引大量消费者前往,而“冲量”带来的利润可能并不比原来多。相反,如果是房租过高,大幅降价意味着利润丧失,自然没有商户会砸自己的脚。所以,单纯谴责商户黑心其实没有道理,反思市场规律为何不起作用才是关键。

如今,机场方面一个降价通知,收获赞誉无数,其实是逼着商户出血,难道不该事先公布房租是否随之下调了吗?如果房租依然高企,却逼着商户零利润经营,则不仅不道德,更无法持续。事实上,正是由于高价遏制了大量旅客在机场的消费需求,自带零食、泡面者有之,饿着肚子等待飞机餐的也不少见,如果能够换个思路,丰富快餐品牌、档次和种类,鼓励商户平价经营,就可以激发出更多消费需求。作为场所出租方和经营管理方,机场在选择商户和订立合同时,完全可以拿出更多的创意和诚意来,譬如将“同城同质同价”作为前置条件,而不是杀鸡取卵。因此,能否共赢的关键在机场,商户的行为不过是规律作用的结果罢了。 宋鹏伟

一家之言

“大家庭出游热”来得更多一些才好

文化和旅游部15日晚间发布的最新数据显示,中秋小长假期间,全国接待国内旅游总人数1.05亿人次,同比增长7.6%;实现国内旅游收入472.8亿元,同比增长8.7%。两代人、三代人一同出游成为今年的一个新亮点。(9月15日央广网)

由国家文化和旅游部发布的中秋小长假旅游统计数据,可以说颇为亮眼,不管是旅游总人数还是旅游收入,都实现了较大幅度的增长。而在很多网友看来,最大的亮点是两代人、三代人构成的“大家庭出游”比例出现明显上升,统计数据显示,相比于五一、端午等小长假,中秋出游中,两代、三代同游的人次占比提升约14%。

“大家庭出游热”背后释放出来的信号,值得我们仔细解读。首先,中秋节怎么就形成了“大家庭出游热”呢?这背后显然是受到了以亲人团聚、家庭团圆为主题的中秋节影响和启发,于是很多子女才主动邀请父母一同外出旅游,把原来的“小家庭游”变成了“大家庭游”。在一同出游的过程中,可以更好享受亲情,感受家人之间彼此的呵护与照应,让亲情得到凝聚和升华。这无疑更加符合中秋佳节传统的文化内涵,也算是传统节日的一种回归。

其次,“大家庭出游热”,弥补了年轻人回家次数和时间上的不足,让父母得到精神上的慰藉。以前每逢节假日,媒体都苦口婆心地劝说年轻人不要只顾着自己玩,要多回家看看父母,乃至还有人发明了一个“亲情计算公式”,算算我们在有生之年还能陪伴父母多久,以此来提醒年轻人要“常回家看看”。而“大家庭出游热”的出现,则意味着我们可以换一种方式来陪伴父母,同时也照顾到了年轻人喜欢外出旅游的心理需求,可以说是一举两得。

最后,“大家庭出游热”对旅游经济也带来明显的促进作用。多数老年人怕折腾,不愿意出门,同时身处网络时代,如果不会使用智能手机,他们也担心自己外出很多事情应付不了。但有了子女的陪伴,他们走出了家门,也就意味着旅游群体扩大了,旅游人数增加了,对旅游经济的促进作用无疑十分巨大。

“大家庭出游热”将成为一种趋势,一种潮流,现在只是在中秋节体现得较为明显,以后必将在更多的节假日得到体现。 苑广阔

不吐不快

莫让车载萌物成为“定时炸弹”

近日,一款网红产品“车载小黄鸭”火了。相信很多人都见过这样一只鸭子:车主把它安装在汽车的后视镜上、引擎盖上、后备箱顶上……这样的装饰看似好玩,但更像一颗“定时炸弹”,不仅危险,还涉嫌违法。(9月16日《华西都市报》)

“车载小黄鸭”颜色鲜艳,造型可爱且价格不贵,吸引眼球,受到不少车主的青睐,成为“新时尚”。然而,萌萌的“车载小黄鸭”却隐藏不少安全隐患:

《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》第十三条规定,机动车喷涂、粘贴标志或车身广告的,不得影响安全驾驶。一旦车外安装的玩偶脱落引发交通事故,车主要负全责。“车载破风鸭”安装简便但也说明其并不牢固,在疾驰的汽车外部,这样的装置是否禁得住风雨与汽车本身的颠簸,都值得打个问号。目前因小黄鸭导致的车辆故障已经见诸报端。而在高速行驶的情况下,尤其是在高速公路上,可能会导致挂饰物脱

落,对周边的车辆和交通参与者造成伤害。

此外,车载萌物的危险无异于车窗抛物。近年来各地都在开展制止车窗抛物不文明行为,而车载萌物往往容易引起其他驾驶员的关注,从而分散驾驶人注意力,一旦控制不好与前车的距离,容易发生追尾或者刮擦事故。

还必须注意的是,在交通法规中,如果车身粘贴影响道路交通安全的物品将会被罚款100元,而小黄鸭明显违反了这条交通规则,属于对车身外观的轻微改变。尽管多地交警都曾发布安全提醒,国内多地也已对车载小黄鸭开出不少罚单,但仍然有一些司机或不清楚“车载小黄鸭”的危害,或者抱有侥幸心理,盲目追捧这种所谓的新潮酷炫行为,而把交通安全抛之脑后。

而众多司机也要意识到,道路千万条,安全第一。从治理酒驾到禁止开车打手机,再到禁止车载萌物,其目的都是为了生命安全。毕竟违规是交通事故的祸根,侥幸是交通事故的隐患。常言道,宁可千日无险,不可一日大意。莫让车载萌物变成行车“定时炸弹”。 斯涵涵



三江快评
有态度
有温度
有力度

投稿邮箱:

jinbaopinlun2012@126.com