

岁月静好,记住那些坚守岗位的人

春节假期结束,诸多休假或者返乡团聚的人们陆续回到工作岗位。而春节期间,一些暖心的新闻依然值得回味——比如,当列车长的妈妈给儿子写“假条”：“壮壮,妈妈今年春节不能陪你过年了,因为还有很多人一年只能回一次家,妈妈要去送他们回家。”类似的假条已经有21张;比如,在逃人员回老家过年被警察抓到后颇感意外,反问警察“你们过年都不放假”?

对大部分人而言,刚刚过去的春节是平安喜乐、团圆美满的,同样是过年,还

有不少人坚守在自己的岗位上,没能跟亲友团聚。正是这份坚守成就了更多人的团圆和美好的春节。这些坚守的人群中,有商业企业的服务员、销售员,保证着休闲娱乐场所的“春节不打烊”;有公路、铁路、民航等工作人员,保证人们顺畅回家、平安出行;有公安、消防等部门和单位的工作人员,随时待命,应对各种突发事件……

换句话说,当我们沉浸在假期舒适温暖的氛围中时,环卫工已经开始了每天的道路清扫和清运垃圾;当我们乘坐高铁飞

驰回家、与亲人欢聚时,包括钢轨打磨专修队在内的铁路工人守护在万里铁路线上,确保铁路安全运行;当我们与家人围坐、共赏春晚时,春晚台前幕后的演员和工作人员都缺席了自己小家的团圆饭;当在逃人员都“努力”回家过年时,警察依然毫无松懈甚至加倍努力地在追逃。

的确,快递小哥、环卫工人、出租车司机以及千千万万的劳动者,还在辛勤工作,我们要感谢这些美好生活的创造者、守护者。

“哪有什么岁月静好,不过是有人替你负重前行”。在春节这样的节点,说这话似乎有几分沉重,但道理其实是相通的。对他们的付出,我们理应多一份理解、感恩和尊重。保畅通、保平安、保供应、保欢乐……说到底,每一份坚守都是在保障社会这个大家庭的和谐,成就更多人的美好生活。当春节假期结束,我们应该为每一位春节无休的劳动者点赞,感谢他们的守护,也为他们的家人点赞,感谢他们的理解和支持。

(林琳)

马上评论

“除夕至正月初六(2月4日至10日),全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元,比去年春节黄金周增长8.5%”,这是商务部的监测数据。与之相对应的是媒体报道,2019年春节消费,红红火火亮点纷呈:零售、餐饮、电商、酒店、旅游、观影、观展等各种消费异常火爆。

据统计,春节黄金周全国零售和餐饮企业销售额,2013年突破5000亿元,2018年突破9000亿元,2019年突破10000亿元。如果说一组组消费数字是抽象的,那么数据背后的消费况味则是丰富而鲜活的。从大型购物

在旺盛消费中感受红火生活

商场内的喜气洋洋,到各大电商平台“春节不打烊”;从观影成为人们春节期间的“必选项目”,到“北上赏冰雪、南下享温暖”成为热门旅游选择;从故宫博物院举办的“紫禁城里过大年”活动引来如潮游客,到多地的新春民俗艺术灯会人头攒动……所有这一切,无不说明国人的春节消费呈井喷之势。

此外,统计数据也显示,春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别达40.5%、44.2%、40.6%和18.4%,观看各类文化演出的游客达34.8%。过年,过的是习俗,品的是文化,赏的是文艺

……从商品消费更重品质,到文化消费频频发力,传递出鲜明信号,老百姓的消费越来越多元化。

消费,从来都不是一件单向度的事,它一头连着老百姓的生活品质,一头连着国家发展。消费旺盛,描绘着年景的变迁,见证着生活的丰富,也铺陈着我们对幸福生活的向往。让消费更加红红火火,让日子越来越有滋有味,这是我们每个人最朴素的愿景。消费需求没有终点,我们对美好生活的追求也没有终点,用奋斗塑造更有质感的生活,我们在路上。

(王石川)

观察 南北

春节加收“服务费” 宽容不能纵容



近年来,部分服务性行业在春节期间加收服务费的现象已几成常态,比如快递业、网约车、餐厅等。尽管人们对这种所谓“春节模式”经营表现出了一定的理解与宽容,但企盼加强监管、规避乱象的呼声仍不绝于耳。人们普遍认为,对春节消费加收“服务费”的行为,需要有赖于遵循的尺度、幅度与法

度。加收“服务费”,说白了,就是商家借新春佳节的民俗提高服务价格。对此,不少消费者给予了一定程度的理解与包容:过年了,店里人手减少、工资增加,加上天气寒冷,原材料成本提升,坚持开店的商家本就不容易,店员也很辛苦,加收适量的“服务费”无可厚非。这既彰显出对坚持节日服务的劳动者付出的肯定和尊重,同时也是市场价值规律主动调节和适应市场需求的必然结果,当具有一定的合理性。

不过,正如凡事皆有度的道理一样,“春节式涨价”可以宽容,但不能纵容,需要在政府部门有效监管下的规范有序。比如,坚持对加收“服务费”行为的公开透明和明码标价,不搞“布袋装猫”或含糊其辞,让老百姓明明白白消费;可为各行业的加收“服务费”行为限定幅度、拟制标准、划出底线,谨防不良商家借春节消费漫天要价、坑蒙宰客。

相较于加收“服务费”的消费涨价,人们更关心春节期间的消费服务质量不打折、数量不缩水。比如春节能不能及时打到车,服务质量好不好。按照一般性的消费者心理推测,在气候寒冷、人手不足和成本增加的春节语境下,商家会不会以简化程序、偷工减料、以次充好等不正当手段,大行“萝卜快了不洗泥”的潜规则,让“春节不打烊”的宣传噱头沦为“质量不咋样”的忽悠消费者。尤其是餐饮服务行业更需确保菜品的质优量足。

春节是国人辞旧迎新、孝亲敬老和举家团圆的喜庆日子,人们感谢春节期间那些舍弃小家、服务大家、不辞劳苦、乐于奉献的岗位坚守者。春节消费可以成为商家加收“服务费”的盈利机遇,但绝不能让其成为价码飞涨、质量下滑、缺斤短两的坑蒙借口。

对此,政府监管部门也要相应实施“春节模式”,确保履职到位、无缝监管,敢于对欺行霸市、哄抬物价的违章经营行为依法处置。广大消费者也要摒弃多一事不如少一事的怕麻烦心理,勇于监督、主动举报,积极配合和参与春节期间服务行业消费市场的管理与整治。

(郑桂灵)

春运上演“生命接力” 彰显人性温度

2月10日,春节假期最后一天,也是春运返程高峰。荣乌高速、京沪高速上演了一场感人的“生命接力”。21个月大的青岛女童王逸贝因甲型流感引发急性脑膜炎,病情危急,需要转院至首都医科大学附属北京儿童医院。救护车9点40分从青岛出发,在河北、北京交警的接力以及沿途司机的配合下,于18时许顺利抵达首都医科大学附属北京儿童医院。

生命至上,无疑是对社会文明最好的展示。近年来,这样的生命接力接连在各地上演,而最惊心动魄的无疑是这种跨省的远距离生命接力。它一方面考验沿途各地医疗、交管部门的协同水平,另一方面也考验沿途无数行驶车辆是否积极配合。每一次生命接力,都是一次对生命至上价值观念、驾驶人素质以及社会文明的检验。

生命接力,惊心动魄,既彰显了文明高度,又展现了人性温度,激发出向上向善的力量。每一次为生命让路的惊险历程成为新闻,都是一次紧急避让救护、消防等应急车辆的交通常识的普及和教育,都是一次对生命至上价值观的传播和强化。

我们当然希望看到更多充满正能量的温情故事,但从另一方面来讲,我们又希望这样的故事成为理所当然的日常情形。避让救护车、消防车等特种车辆本是国家法律规定,是每个驾驶人必须遵守的交通规则和法定义务。《道路交通安全法》明确规定,救护车、消防车等特殊车辆享有特殊路权,可以优先通过。不管是在紧急救援行动中,还是在日常生活中,避让特种车辆,为生命让路不容有失。

然而,在日常生活中,紧急避让并未形成常态,一些驾驶人的规则意识、文明意识没有被唤醒,违规占用应急车道,拒不避让特种车辆,堵塞宝贵的生命通道的新闻也时常见诸报道。正是因为这种情况的存在,才衬出紧急救助中为生命让路的可贵。

为生命让路既是法定义务,也是驾驶文明、人道精神的体现。伴随着汽车保有量的不断增加,我国已进入汽车社会,我们期待有更明确的避让规则 and 操作方法,更期待驾驶员规则意识、文明意识的养成,培育出更高文明程度的汽车社会。

(杨三喜)

被新闻联播里的爱情打动就对了

2月10日《新闻联播》的“新春走基层”栏目记录了春节期间铁路上发生的一个真实的爱情故事。准备求婚的男孩把戒指和食盒匆忙塞给女孩,什么都还没来得及开口就要分别。男孩在站台上冲着车上的女孩挥手,却说不出话来,女孩在车厢里看着男孩塞给自己的东西,低头抹去泪水,配乐放着《因为爱情》……

这个故事情节叫《相约在零点37分》,记录了春节期间两名坚守在各自工作岗位上的铁路工作者,仅有的短暂的1分52秒的相聚时间。很多人评价:没想到看《新闻联播》也能看得稀里哗啦。“新闻联播里的爱情”,为何打动很多人?最关键的一点,恐怕还是可亲可近。

有网友说,类似的爱情故事,在铁路上还有很多。诚哉斯言。其实,何止于铁路,在每个行业都是大量存在。不仅是热恋男女,就连跨过这个阶段的夫妻,也有大量类似故事。有一位同事,热恋时总是聚少离多,现在走到一起,有了孩子,由于工作关系,也是经常到深夜才回家。一段时间工作特别忙,每天与家人在星光和晨光中擦肩而过。在单位年会上,这位同事讲道,已经好长时间没给妻子一个拥抱,没听到孩子喊一声“爸爸”时,他哭了,所有人也哭了。

“新闻联播里的爱情”具有走心美。很多人的爱情,正像这两名铁路工作者,没有什么海誓山盟,只有行胜于言;没有什么海枯石烂,只有平平淡淡。真实的爱情,总是与工作生活学习联系在一起的,有挑战就去面对,而不是去抱怨去放弃。“新闻联播里的爱情”,既有爱情之美,也有敬业之美,叠加到一起,不仅没有削弱,而且起到了叠加效果。与其说人们被“新闻联播里的爱情”打动,倒不如说人们被自己打动,被看似普遍其实珍贵的真善美打动。

这则爱情故事也给当前的文艺创作带来了启示。爱情是文艺创作的永恒主题,但看看现在的文艺创作,特别是影视剧,要么是过于光怪陆离让人不敢追求爱情,要么是过于一地鸡毛让人不再相信爱情。这种现象的出现,既有创作导向的问题,也有价值导向的问题,还反映着很多文艺创作者根本不懂市场,根本不懂大众审美需求。正能量一样有含金量,聚焦真实的生活、真实的爱情,拍好了一样会有市场,这已然被无数次证明。

被“新闻联播里的爱情”打动就对了。这是真实的爱情,是大多数人的爱情,能被这样的爱情打动,说明我们已经懂得什么叫爱情,什么叫相信爱情。

(乔杉)

敢在扶贫中 搞潜规则必付代价

“薛寨村在新班子上任之前评定的72户贫困户中,有68户是错评,只有4户是真正的贫困户。低保户146户大部分是买卖得来的。”日前,媒体披露了河南省周口市扶沟县葛店乡薛寨村以往在扶贫领域中的乱象——“贫困户靠关系,低保靠买卖”。基层扶贫领域中的这类“潜规则”,在不同地区均有不同程度体现,究其原因就在于基层监督不健全,权力运行不透明,村干部的权力得不到有效约束。

村级组织本应成为扶贫脱贫的重要堡垒,然而,却有一些村干部自认为手握权力,在贫困户、低保户认定中任性妄为,或是私藏指标、暗度陈仓,或是买卖指标、从中牟利,等等。如,湖南省永州市宁远县中和镇立脚村党支部书记欧阳四清在担任村综合专干、村主任期间,以办理低保需要开支为由索要好处费,受到党内严重警告处分。再如,新疆阿克苏市依干其乡托万克乔格塔勒村党支部书记吐尼亚孜·艾赛提搞弄虚作假、优亲厚友,在其负责为贫困户安装取暖锅炉工作期间,将不符合条件的亲属纳入贫困户名单,免费安装锅炉,受到党内严重警告处分。

现实中,扶贫领域之所以存在这样或那样的弊病。一方面,有的村干部为自己打“小算盘”,有了好处抢先占、优先照顾自己人,将扶贫信息藏着掖着,使一些真正困难的群众始终蒙在鼓里。另一方面,也有个别群众面对“潜规则”顺水推舟,想法子、找门路,用财物来交换指标。这些都成为了扶贫“潜规则”滋生的温床,让那些不符合条件的人伪装成贫困户、低保户,瓜分扶贫“奶酪”、蚕食群众利益。

党和国家的好政策不是个人兜里的“私货”,私心作祟,将扶贫工作当成做人情、得私利的工具,不仅会破坏良好社会风气,而且会严重啃食群众的获得感、幸福感、安全感。当前,脱贫攻坚工作已经进入关键阶段,目标和任务越加清晰明确,各级纪检监察机关要深入推进扶贫领域腐败和作风问题专项治理,持续整治群众身边腐败和作风问题,维护群众切身利益。对那些妄图瞒天过海、胆敢损公肥私者,要从严从速查处、绝不手软,让假扶贫者受到纪法的严惩。(余子艺)