



颇显讽刺的是,享受“朝九晚五”待遇的公厕据说是3A级厕所,“在装修、指示牌、马桶规格、无障碍设施等方面均比普通公厕好”。于是,限制开放之后也就出现了这样一种诡异的场景:花重金打造的“高级”厕所,反而无法让市民使用。这一幕的出现,表面看是管理方式的不当,背后其实就是“以自我为中心”,不论你什么时候上厕所,都要看我们想怎么上班,怎么休息,怎么管理——你舒不舒服我不管,但先要让我“舒服”。

——光明日报:《公共服务不能只“以自我为中心”》

在要求消费者“多等待5分钟”、对外卖骑手多一点体谅的同时,外卖平台需要从根本上摒弃“唯快”“唯利”的经营逻辑,设立更为人性化的考核机制,让外卖骑手在送餐路上多一份从容,不能将本应承担的责任转嫁为社会风险,甚至为了盈利忽视外卖骑手的权益。监管部门则应在鼓励新业态发展的同时,切实维护好劳动者合法权益,与时俱进创新监管手段。如此,外卖骑手才不至于成为高危职业。

——经济日报:《外卖考核机制更应人性化》



【本期话题】

酒店取消险

国庆出游高峰在即,旅游市场回暖态势明显,酒店取消险等旅游保险产品也进入销售旺季。但一些购买过取消险的消费者抱怨,酒店取消险看上去很美,理赔却很难,理赔条件非常苛刻,理赔周期漫长,拒赔的情况十分普遍。你怎么看?

【议论纷纷】

@咕嘟:保险公司对“酒店无理由取消险”设置了过高的理赔门槛,且要提供各种相关证明文件,办理流程也非常烦琐,完全与宣传口号不符。可见,“酒店无理由取消险”理赔难涉嫌虚假宣传、消费欺诈,对消费者权益构成侵害,亦有损平台和保险公司的企业信誉,整体负面影响很大。因此,监管部门应对“酒店无理由取消险”进行调查,督促平台和保险公司及时纠正错误,依规履约,全力保障消费者合法权益。

@甘蓝饺子:酒店取消险等旅游保险产品不能只是“看上去很美”,商家宣传要与实际情况相符,不能误导消费者。国庆中秋双节将至,各地相关部门要能全力保障国庆节假日旅游市场安全有序,防范无良商家趁节“打劫”。相关部门也要能发布相关消费提醒,提醒消费者理性消费,谨防忽悠、防受骗。需要相关部门、商家、平台、行业协会、消费者等各方的共同参与,形成合力,才能维护良好旅游市场秩序,更好保护广大消费者合法权益,这也有利于促进旅游业健康发展,实现多方“共赢”。

本期话题下期继续

用智能点亮制造与生活

□韩振

科技创新带来的变革之快,超乎人们预料。去年此时,5G还更多停留在想象阶段,今年此刻,5G已广泛应用于生产生活。权威部门发布的数据显示,当前我国5G用户已超8000万。

“智能化为经济赋能,为生活添彩”——15日在重庆开幕的2020线上中国国际智能产业博览会,用一系列智能成果的广泛应用生动地诠释了一个趋势:智能成果不但在重塑着产业结构,也在重塑着生活习惯。

当前,大数据、智能化等新一轮科技革命和产业革命,正在重构全球创新版图。谁能抢抓住智能制造这个牛鼻子,谁就能成为这场革命的引领者,在国际竞争中赢得先机。

我国积极鼓励科技创新和成果转化,通过出台相关激励政策、加快基础设施建设等措施,使得科技创新能力不断提升,应用算法、专用芯片等技术取得局部突破,图像识别、语音识别等技术进入国际先进行列。2019年年底,我国人工智能核心产业规模达510亿元,京津冀、长三角、粤港澳、成渝等地区产业集聚发展格局初步形成。

人工智能不仅让自身发展“一飞冲天”,更为其他产业的转型升级,插上了飞翔的“翅膀”。通过与一二三产业融通,人工智能在制造、交通、医疗、教育等领域应用不断加快。今年以来的新冠疫情防护,智能CT影像系统、智能机器人、智能测温系统等

产品陆续出现,让人们看到了人工智能为医疗产业带来的广阔空间。

将智能成果应用在机器齿轮上,驱动的不仅仅是产业的变革,更是生活的革命。这些新技术越来越广泛地应用到个人、家庭、社区乃至城市场景之中,从人脸识别PAD,到智能家居,再到智能交通、智慧城市……如今困扰我们的城市拥堵等问题,也会因自动驾驶的逐步应用而得到缓解。

但是应当看到,与国际发达国家相比,我国很多关键领域仍有较大差距,从制造大国到智造大国,还有很长的路要走;关键核心技术要不来、买不来、讨不来,只有直面差距,集合精锐力量全力以赴,才能尽早实现自我突破。

改善“钱景”和前景才能改变老师“性别失调”

□苑广阔

成都市、贵阳市的一些小学,男女教师之比为1:9;长春市全市中小学专任教师,男女比例约3:7……尽管教师日益成为社会受尊重和被羡慕的职业,但部分地方基层城乡中小学教师性别比例失衡问题仍凸显。

(9月15日《江海晚报》)

中小学教师群体当中女多男少,性别比例严重失调的问题,存在已经不是一天两天了,而由此带来的弊端,也日益突出。一个很简单的道理,在一个家庭当中,只有父母的共同陪伴,才更加有利于孩子的成长,缺了爸爸或缺了妈妈,不仅仅是孩子成长过程中的缺憾,同时还和孩子的性格养成、某些品质的培养息息相关。这样的道理,放在学校显然也同样适用,只有男女教师性别比例均衡,才更加有利于孩子的学

习和成长。

到底是什么导致了我国中小学男女老师在性别比例上的严重失衡?原因也是各方面的,但最主要的原因,还是中小学教师既缺乏“钱景”,同时也缺乏前景。换句话说,就是工资福利不高,发展前景不大,进步空间有限,而这样的现实,又与社会普遍对男性承担家庭经济责任的期待不符,与传统的“男主外,女主内”,所以男性更应该成为家庭经济支柱的传统理念相悖。

这不但直接导致了在教师培养体系中,各级师范类高校,男女生比例已经出现了严重失衡,而且即便到了教师岗位上,很多男性教师也迫于现实压力,只能选择跳槽离开教师职业,另觅出路。

既然是“钱景”和前景问题,导致教师队伍中男性老师

的严重匮乏,那么只有提高“钱景”,改善前景,才有望解决问题。值得期待的是,教育部门也注意到了这一现象,并且积极调整政策,出台办法予以解决。按照国家教育部的计划,一是完善教师待遇保障机制,确保中小学教师平均工资收入水平不低于或高于当地公务员平均工资收入水平。二是深化中小学教师职称制度改革,加大对一线普通教师职称评审的倾斜力度,提高中小学中、高级岗位结构比例,指导各地在岗位结构比例内开展职称评审。三是加强教师教育体系建设,建设一批高水平的师范大学,加大招生宣传力度,吸引更多的优秀男性报考师范院校。

应该说,这样的举措,还是挺有针对性的,假以时日,也一定能够吸引更多男性投身中小学教育事业,改变目前男女老师性别比例严重失衡的问题。



“陷阱公厕”最终坑的是旅游市场

□毛建国

有谁能想到,公厕竟然也有陷阱。近日有网友称,甘肃敦煌一景区出现“专坑游客的公厕”,这个厕所建立在沙土上,车辆很容易陷进去。而一旦陷入,就会有“工作人员”过来索要巨额拖车费,有途经车辆想要帮忙还不允许。从网友拍摄的视频来看,“工作人员”颇为嚣张,阻挡拍摄并暴力威胁。

(9月15日《新京报》)

电视剧中土匪常常会在拦路要钱时说一句:“此路是我开,此树是我栽。要想从此过,留下买路财。”“陷阱公厕”多少有这样的意思,所以有人感慨这与拦路抢劫有何区别。需要指出,虽然这一行为十分恶劣,但应该相信并不具有普遍性,不能据此认为敦煌的旅游环境就差到了这样的境地。但旅游就是这样,常常因为一颗老鼠屎而坏了一锅粥。

而后来,哪怕有关方面再怎么及时和干净地捞出老鼠屎,可这锅粥还是受到了影响。

随着大众旅游的兴起,现在各地都把发展旅游业放到了重要位置,也对旅游环境十分重视,推出了不少举措。可就是这样,还是时不时发生一些负面事件。有人可能会说,这么大的旅游市场,出现一点问题,有何大惊小怪。其实,一旦出现这样的思想,旅游市场出现问题,也就是在所难免的事情。正是因为旅游市场情况复杂,更要提高认识,从各个环节抓起,建立起系统有效的防火墙。

旅游产业有着广袤的发展空间,现在也拥有了强大体量,但在事实上,旅游业十分娇嫩,经不起任何的折腾。很多旅游事件,问题出在一个点上,可却常常是系统性问题。正如这座“专坑游客的公厕”,是第一次出现吗?第一次有人投诉

吗?对于有关方面来说,有没有建立有效的监督和反馈系统?自身有没有值得反思和改进的地方?现在已经进入了全域旅游时代,发展旅游也要有全域和全程化的思维,要从各个环节做起,真正像爱护眼睛一样爱护旅游环境,像眼睛容不得沙子容不得任何坑客行为。

今年以来,受疫情的影响,旅游市场“太难了”。而现在,随着疫情防控形势的巩固,尤其是受国际疫情的影响,国庆黄金周旅游市场将会迎来一个爆发期,前景十分值得期待。越是在这样的的时候,越要把细节工作做好,把旅游市场的基础秩序构建好。“陷阱公厕”给国庆旅游再提醒。希望每个地方,都能认真排查,确保把一个个“钉子”起出来,把一个个“陷阱”填平了,让游客权益得到最妥善保护。游客玩得安心才能安心去玩,放心消费才能积极消费,这才是旅游发展的正道和大道。



“抠抠族”

实付款1分钱的汤勺,新人红包1块入手的柠檬茶,签到领券后2块钱的拖鞋……“薅”完四舍五入约等于不要钱的垃圾袋、坐垫、手机壳、本子,一众买家在豆瓣各“省钱小组”中纷纷跟帖“抄作业”。近日,中青校媒与淘宝特价版面向全国高校大学生展开消费习惯调查,结果显示,64.61%的大学生都有过“薅羊毛”的经历,甚至因此而感到一种特别的快乐。

(9月14日《中国青年报》)

节俭应成社会共识

□堂吉伟德

为省一分钱或几毛钱的菜钱,而与小贩争得面红耳赤,这样的场景在老一辈人身上屡见不鲜,几乎成为一种社会现象和节俭文化。“抠抠族”想着法子省钱,“薅羊毛”一直不缺文化基因和传统。

节俭既是一种个人的良好习惯,也是一种优秀的理财能力。开源节流,用最少的钱实现最优质的采购,压低成本和提高采购的性价比,对个人能力不失为一种综合性考验,在电子商务和网络信息化时代,主动寻找“薅羊毛”的方式购买特价商品,需要个人熟练掌握信息收集和处理能力,能在商家设定的大量复杂的套路中,找到规律和方法,运用最经济高效的方法和策略。某种意义上讲,掌握了商家的营销手段,对自己来说也是一种能力的考验与提高。提倡、鼓励和参与“省钱”,已然超越了节俭本身的范畴。

上一辈及年龄更大的消费群体,在新型网络购物中已很难发挥“省钱能力”,不过新兴的年轻人,他们才是未来的消费主力,继承和发扬节俭主义也要从他们做起。以特价经济为代表的新节俭主义,能让“俭以养德”的理念与作风得已润化成日常,这是实用主义延续的基础,也是节俭主义得以继承的源动力。

肯定之余有提醒

□斯涵涵

我们在肯定“抠抠族”的同时,也有几点提醒:其一,不要在“薅羊毛”上花费过多时间。据观察,“抠抠族”拼购模式最大的特点是通过朋友推荐、凑单、拼团、砍价等社交方式来选购商品。为了获得最低价优惠价,不少大学生们每次买东西前都会用几个折扣App进行比价,还加入了各种“抠组”,不停地聊天交流各种折扣信息,还时不时守到半夜只是为了抢转钟的优惠券,虽然最终的确得到了比较优惠的价格,但其间耗费的时间与精力,以及对视力和健康的伤害,都被省钱的快乐遮蔽掉了。

其二,要注意理性购买实惠商品。消费心理学告诉我们,人在看见“优惠价”“最低价”时,不由自主地涌现“买买买”的冲动。“抠抠族”面对极富诱惑力的“便宜货”,往往会因其低价、省钱而购入一些不太需要的物品,认为“买到就是赚到”,不知不觉成为“购物狂”,闲置的物品积少成多,最终也形成了另一种形式的浪费。

古人云,过犹不及。无论是精打细算的“抠抠族”,还是崇尚省钱的“新节俭主义”,都值得充分肯定,但也要注意把握分寸,防止从一个极端走向另一个极端。量入为出、务实、理性,学会面对各种诱惑(包括低价优惠)时约束自己的欲望,学会处理各种消费支出成本,采取有效方法实现消费目标,逐渐养成良好的消费自律习惯,应该是每个消费者在这个消费时代都要学习的课程。