



# 一路有爱 一城之幸

□梁正

小店以小见大,不仅能够成为消费市场的一道独特风景,也将参与城市精神与气质的塑造,对于提升城市文化软实力、增进人民群众幸福感和获得感,都有切实的影响。期待小店在更多地域演绎出别样精彩,为消费者带来更多的惊喜和可能,为城镇的建设和发展增添更多活力和色彩。

——光明日报:《让小店串起万家灯火》

建设良好的营商环境需要有战略规划,需要有激动人心的口号,但更需要慢工出细活。只有搞好消费服务,消费者才能高高兴兴掏钱。

——经济日报:《让消费持续热下去》

插队行为当然不对,理应受到谴责,但罪罚应该相当,如果否定一个人的全部,是不是太过分了点?当一个人的行为被置于公众面前反复观看,又缺少其他信息佐证时,观众很容易先入为主、以偏概全,并根据自己的想象得出结论,这对当事人也不公平。

——钱江晚报:《把“插队婆孙”制成车贴,是侵权了》



## 【本期话题】

### 新生儿被标注文盲

近日,山东省临邑县一居民在网上反映,自己给新生儿上户口时,民警在孩子文化程度一栏填上“文盲或半文盲”。当地民警回应记者称,该信息由系统自动生成,可以随时进行变更。你怎么看?

## 【议论纷纷】

@孙建国 要知道,户口簿是用以记载和留存住户人口基本信息的法律文书,必须具有正确性和严肃性,但新生儿上户口“被文盲”的乌龙事件,让其法律公信力有所打折。有必要对户口管理进行改革了,以确保户口簿的法律权威性。

@阳光佳哥 户口管理应删繁就简,只保留姓名、性别、出生年月日、血型、身份证号码等一生不变的内容,对于那些文化程度、身高、婚姻状况、职位等经常变动的信息不作登记,做到与时俱进,有效管理户籍。

本期话题下期继续

昨天上午,海安飞鹤公交115路车厢内,一名老年乘客突发疾病,驾驶员崔祥在征求其他乘客同意后,将公交车变身为“救护车”,以最快速度直奔就近医院。

(5月6日本报5版)

公交车变成急救车,对司机是一个现实而不能回避的考题。乘客买票坐车,按规定只能享受既定线路的乘坐服务。从消费双方权益和义务看,在此之外的服务,都是“额外”的。更现实地说,公交车是公司的,服务对象亦面向大众,明显有“公”的一面;是否帮助他人属个人意愿,救助某一个对象,又有一定“私”的成分。“公”与“私”之间的取舍,涉及公司管理、规则、责任和代价,做好事者因此有

可能被误会、被冤枉,很多时候确实“好人不易做”。

庆幸的是,“公交车变成救护车”事件中让人看到了宝贵的默契。公交公司各项规章制度中,是否有针对突然发病乘客的预案,或者是否有某些口头交代,会影响到司机的应急处理方式。从此次事件中,我们看到了公交公司和员工之间形成的默契,不管它是否基于公司规章制度,还是基于道德提倡、企业文化等,都值得肯定。有了这种默契,司机即便面对某些“艰难”选择,也不会选错。

司机和乘客之间的默契也值得称道。谁坐车都希望享受便捷、舒适的服务,面对忽然改变的线路,没人情味的乘客大可用“车票”说事,或者事不关己高

高挂起。令人欣慰的是,面对需要救治的乘客,车上人主动加入救治行动中,对公交车改变线路没有异议,司机与乘客有人开车、有人照顾病人,演绎了一出“众人拾柴火焰高”的美德故事。

在现实生活中,正因为有这样乐于助人的精神,才能让社会充满温暖与正义、充满善良与人情,才能让危急关头的行动成为一种崇高的选择。这种大爱涌动的场面不仅让人感动,更让人受到启发、受到洗礼,成为人们宝贵的精神财富,激发更多的人去追求向善向美的人生价值和目标。



# 文明养犬,他律自律都不可或缺

□须平

近日,在南通首部关于精神文明建设的地方性法规——《南通市文明行为促进条例》(以下简称《条例》)即将施行一周年之际,我市举行“践行市民公约 争当文明市民”活动。

(4月30日本报4版)

养犬并非区区小事,而是维系民生,关乎城市文明、社会和谐的大事。

诚然,要使文明养犬成为新常态,自律不可或缺,他律也不可忽视。早在十年前,我市就颁布了《市区养犬管理办法》,去年又出台了《文明行为促进条例》,这一

系列“紧箍咒”为规范养犬人行为提供了法治保证。说实话,只有当这些法律法规真正落地生根之日,才是文明养犬新常态开花结果之时。

为此,我们一要通过加大宣传力度,积极传播依法、文明、科学的养犬理念,让文明养犬的法律法规家喻户晓,用文明公约约束养犬行为,明德于心、寓教于行,在教育中发挥他律的作用;二要通过加大查处力度,公安、城管等联手行动,强化对重点时段、重点区域的常态化巡查,在严格执法中彰显他律的震慑;三要通过加大督导力度,让社区志

愿者参与文明养犬的日常监督,在积极倡导中体现他律的力量。

文明养犬要成为新常态,他律是保障,而自律才是根本。就养犬人来说,必须严于律己、从我做起,主动承担社会责任,认真遵守法律法规,争做文明养犬人。既要养好爱犬,从小驯养调教,使其养成良好的生活习惯,又要管好爱犬,主动登记上牌,定期注射疫苗,不带爱犬进入公共场所,遛犬必牵绳,便溺必自清,以自觉践行文明的实际行为,共同维护美好家园和文明创建成果。

# “到站提醒”是该增加新内容了

□郝冬梅

“前方到站文峰站,此站可到达圆融广场。”……最近,乘坐南通轨道交通1号线的市民发现,列车运行过程中的到站提醒有了优化提升,细节提升满足了乘客需求。

(5月7日本报2版)

“到站提醒”是公共交通的一种服务,之前“到站提醒”多是那几句老掉牙的话语。可以说,“到站提醒”细节的小变化,就是一种人性化服务的大变化,也是为民服务零距离的大追求、大情怀。

笔者曾经在上海坐过地铁和公交,他们的“到站提醒”还增加了景点介绍的内容——在快要到达某个站点的时候,会介绍附近景点的情况,告诉乘客附近景点的步行寻找方式,等等。这种细节的变化也是值得点赞的。

“到站提醒”不应该是所有城市的千城一面,延伸了来说还需要多些地方特色。例如,可以增加地方文化的推广内容,介绍一下附近的地方小吃、附近的地方景点、附近的地方商圈等。也就是说,我们的“到站提

醒”需要更加人性化,需要更好满足乘客的需求,真正做到让乘客寻找某某单位、某某商圈更加方便,甚至可以增加“到站后步行多少分钟就可以到达某某单位”的内容。还可以增加“某某站附近公共厕所的位置信息”等,让“到站提醒”的服务更加人性化、更加亲民化、更加便捷化。

“到站提醒”不能总是老生常谈,升级版“到站提醒”给公共服务精细化提了个醒:服务无止境,需要多些新创意,“到站提醒”不妨多说几句。



# 下沉式旅游

今年五一假期,全国旅游业井喷式爆发,面对网红城市、热门景区买不着票、住宿订不了房、到处“人从众”和“刺客”频现的现状,相当一部分人选择“下沉式旅游”,把假期交给一个从来没听说过的县城,甚至是乡镇、村寨。

(5月7日《工人日报》)

## 这是新风向标

□关育兵

从笔者的体验来看,“下沉式旅游”的确有许多好处,少了人声喧闹的拥挤,可以自由自在地游玩;不用担心门票过高,基本无门票支出;也不用担心停车费以及各式各样的价格刺客,这些基本都是不存在的。

但凡事有利就有弊,“下沉式旅游”也是如此。由于选择的地方较为生僻,其旅游基础设施也必然较为落后,尤其在一些村寨,甚至奔波数十里也难以找到食宿和油站,这是需要游客有思想准备的。既然不是成熟的景区,也很少有游客到来,其安全保障措施必然是有限的,这就更需要游客对自己负责。

作为一种休闲活动,旅游应该是丰富多彩的,到热门城市、热门景区是旅游,特种兵式打卡是旅游,“下沉式旅游”也是旅游。选择最适合自己的方式,得到自己满意的体验,就是最好的。“下沉式旅游”的兴起,既是旅游市场的新风向标,也是一些地方发展旅游事业的契机。

## 答好这道新考题

□斯涵涵

避开拥挤和嘈杂,“下沉式旅游”开启了另一种安静、自如的休闲方式。一定程度上,“下沉式旅游”是年轻人对目前主流旅游产品用脚投的票。它在为景区引流、满足游客消费需求的同时,还可以让民众深入、细致地了解生活地周边的美丽景点、丰富历史与人文现状。

“下沉式旅游”热度初显,说明旅游“赛道”正在发生改变,预示着旅游行业的大变革。旅游相关行业、人员要密切注意市场动态,认真做好“下沉式旅游”这道旅游新考题,纠正过往依靠固有资源坐吃山空,或用千篇一律的大众景点去获取客流的经营思路,要因地制宜,凭借良好的服务及独特的当地文化、生活氛围、人文气息去留住游客,充分满足游客需求,让温馨、优质的“下沉式旅游”成为游客心仪的“诗与远方”,让游客乘兴而来、满意而归,推动旅游业高质量发展。