

铁路积分优惠,敬老还需适老

4月1日起,国铁集团在现行“铁路畅行”常旅客会员服务基础上,对年满60周岁常旅客会员实施火车票票面金额15倍积分政策。

换算成真金白金,15倍积分是什么概念?在现行积分规则下,铁路常旅客会员每消费1元积5分,积分可为本人或指定受让人兑换火车票,兑换火车票时100积分可抵1元人民币使用。而年满60周岁常旅客会员的15倍积分,则相当于普通常旅客会员的3倍。以一位常往返京沪的老年旅

时论台

『木已成粥』
小和尚宁远刚练字那段时间,常常抄来一些词给师兄智远看,让他评判一下字的正误。初学写字的人,难免会写出一些错别字。智远总是不厌其烦地给宁远检查,并且指正,捎带着还要给宁远讲一讲词语的意思。

在智远悉心的指导下,宁远写字有了很大的进步。而在不断的进步中,又在所难免地出现新的错误。

有一天,宁远抄了一个词“木已成粥”,智远看过之后忍不住笑了,和宁远说,木头怎么可能变成粥?这个词应该写作“木已成舟”,意思是“树木已经做成了船。是说事情已成定局,无法改变”。

宁远眨着眼睛和智远说:“木头也可以变成粥。”智远摸着宁远的脑袋,笑得厉害了:“木头怎么能变成粥?”

宁远说:“是我亲眼所见,用木头做柴,煮水熬粥,最后木头化成青烟,无影无踪,而一锅粥却已煮好,所以说木头变成粥!”

智远听完宁远的话,思忖许久,觉得宁远的理解虽偏离了词语的本义,细细想来,却有着无尽的禅意。

木头化为袅袅炊烟,一锅粥却呈现在我们面前,而香甜的粥,又何尝不是木头的另一种存在方式?

皑皑积雪,化成溪流;纷纷落花,零落成泥……

许多离我们而去的美好事物,其实未曾消逝,而是以另一种风姿呈现在我们生命里,这便是永恒。

(摘自《杂文选刊》李海庆/文)



藏经阁

客为例,若每年消费5000元车票,新政后积分可兑换750元车票,至少免费多一趟短途旅行。多坐多省,如此“看得见的实惠”,无疑将撬动老年群体对“诗和远方”的深层需求,与此同时,沿线餐饮、住宿、文旅等消费场域也将直接受益。

但必须看到,适老服务不仅是“有没有”的问题,更要考虑“优不优”。在社交平台上,有网友反映——“积分兑换的路线有限制”“老年人不会操作兑换”……进一步优化老年人出行体验,还

需认真考量这些问题,解决“最后一公里”的体验痛点。

无论如何,银发经济的“铁路样本”确实带来了不少启示。随着老龄化进程加速,适老化产品的市场需求也将快速增长。放眼未来,适老化服务需要更多这样的“组合拳”:既要深入考虑老年群体的实际情况,进一步提升老年用品和服务供给能力,让供给创新直抵需求;也要有温度、全链条的服务升级,让老年人舒心消费。

(摘自《广州日报》3.19 皇甫思逸/文)



如是说

习惯性反向、习惯性抬杠、习惯性挑剔。

——这三种说话方式会让你的人际关系越来越糟糕

为了一个没有世俗价值的目标,孤独地走向空无一人的大山,甘受生之痛苦、直面死之风险,这便是自由攀登者的崇高,也是人之为人的美妙与独特之处。



“周日天气不错。”先生查看了周末的天气预报,兴致勃勃地提议:“我们一起去冠头岭转两圈?”“好啊,好久不去了,我都有些想念那片海了。”我连忙答应。两人相视而笑,开始计划着周日的短期出游要带些什么。

从前,与先生的相处并没有这么和谐,很多事情往往会不欢而散。有一段时间我喜欢手工,购买了缝纫机,天天做一些小包包小玩偶。但每次我兴致勃勃地跟他分享我做的手工时,他就给我泼冷水:“这种小玩意做起来做什么呢?放在家里还占地方。”后来,我们的相处方式

——宋明蔚《比山更高:自由攀登者的悲情与荣耀》

“脑腐”用来描述一种现象:由于过度接触低质量的网络内容而导致的精神或智力状态衰退。

——牛津大学出版社选择“brainrot”(中文译为“脑腐”或“大脑腐烂”)作为2024年度热词

(摘自《新周报》)

发生了改变,我也变成了一个爱泼冷水的人。比如,先生提议要去海边玩,我必然嘲笑他:“一个北海人,天天看海还不腻吗?有什么好玩的?”他说想要一家三口去喝茶早茶,我会说:“不去,难得的周末,不如在家多睡会儿。”这样的次数多了,先生在家里也变得沉默起来,等我发现时,我们已经是常常一天下来都难得有交流了。

在黑夜里流了几次眼泪后,我决定改变这样的现状。先生爱上了钓鱼,如果是以前,我肯定会无动于衷,对他钓鱼这件事不屑一顾,他钓回的鱼我也不会多一句

我不喜欢总爱说自己年轻的中年人,那是对一个人基本的组成部分——年龄的不敬。年龄是生命的坐标,好似一个中学生,一年年读书,一年年升级。明明要进大学了,却要蹲班二年级,不很相宜吧?

我不喜欢总爱话说沧桑的中年人,那里面隐含着虚荣的夸耀和无奈的凄凉。经历是一个事实,总挂在嘴边,就成了邮寄过时的请柬,除了一笺华美或是简陋的纸,已无出席的意义。

我不喜欢好为人师的中年人,你已多少有些教诲他人的资本,仿佛家有薄粮的贫下中农,但目前最要紧的活儿,是感感谢地祈人,把自己地里的麦子种好,不要对着广阔的田野指手画脚。

我不喜欢唉声叹气的中年人,你可以放声哭泣,却不要长久地抑郁。不妨和三五好友深情倾诉,之后把眼泪抹干,在风雨中微笑向前。

我不喜欢惧怕衰老的中年人,以你的经验,已知那是不可逃避的天然。别装烂漫,别故意显示身手敏捷头脑不凡,懂得渐渐消失并欣然迎接老迈是一种成熟的光荣。

我不喜欢停顿学习的中年人,学习和年龄没有关系,只和心智相连。明白了书本如同钙质,幼儿需要老年人需要中年人也需要的时候,你就心平气和地眷恋它了。

(摘自《广州日报》毕淑敏/文)



话,他想吃就自己做,不想吃就自己处理了放冰箱。而现在,先生周末去钓鱼时,我不再打击他,而是殷殷叮嘱路上小心些,回家的时间尽量早一些。先生钓鱼归来,我会主动凑上前去,看他钓回来的鱼,跟他打听哪一种鱼好钓,也跟他商量钓回的鱼如何处理。

虽然先生钓鱼的习惯一直没有改变,我也仍然不爱吃鱼,但当我决定做一个不扫兴的搭档后,我们的日子又回到了初识时的样子,相处变得和谐温馨。(摘自《牡丹晚报》黄福芳/文)



有所悟

局长送外卖,科长跑滴滴,苏州干部“换位跑”



换位思考,分享经历
开跑前,王铭科前往租车公司,花费3350元/月租了一辆新能源汽车。他早上八点出门接单,晚上六七点下班。无论是路程在一小时以上的长单,还是十来分钟的小单,换算下来时薪都是30至40元。平台抽成后,他到手收入最低的一单为6.9元,那段行程的距离并不远,而且“顾客起码支付了8元以上”。

平台还设置了防疫劳驾驶规则,“开满4个小时,必须休息20分钟。一天开满10个小时,强制休息6个小时。”王铭科解释,这么算下来,如果想要实现盈利,只能投入更多时间工作。每天的跑单时间要达到10个小时,在车上待12小时以上。

作为新入行的蜂鸟配送员,张亥秋只能一次接四五单,一个小时赚25元左右,他查

2025年2月,包括苏州相城经开区社会事业局副局长张亥秋、党群办宣传文化副科长王铭科在内的7名机关干部参与了“换位跑一次”行动,脱产两周,全流程沉浸式体验了网约车司机、快递配送员、外卖配送员等新就业群体的日常工作。

看了一下后台系统,“最厉害的人”单程可同时接13至14单。张亥秋听师傅说,外卖全勤奖一个月400元,每天得10点前签到,至少二十单或者做到站点下线才算一天满勤。对比是鲜明的,师傅一上午就能送19单,比他一整天的单量还要高。因为不熟悉小区环境,张亥秋跑错了好几次,如果要做全职,一个片区可能要跑上一个月,才能够真正熟悉。

按照王铭科原本的设想,网约车门槛并不高,“只要有驾照,会开车,会看地图,很容易上手”,但实际操作中,不便和困难接踵而至。其中,最让他感到“头疼”的是平台散落天南海北的派单。由于不熟悉,他得跟着导航行进。在某次送客时,导航明明已经提醒了缓冲处理,并正在加快推进整条道路的铺设工作以解决该问题。

这也让他意识到一点,既然导航软件提示司机在此处极易走错,那么是不是这里的交通标识牌在设置上存在不合理之处?“我觉得现在信息比较发达,通过收集这些反馈和数据,对道路交通进行细度优化的工作还是可以做到的。”王铭科说。

发现问题,解决问题

这些机关干部如今已回归本职岗位,已经结束的“换位跑一次”行动,收集了十几个问题。

部分问题得到了解决。例如,在体验过程中,有人发现相城区澄阳路某新修路段因为施工未完全到位,存在未填平的凸起窞井盖,对夜间电三轮行驶构成安全隐患。目前,相关部门已对窞井盖进行了缓冲处理,并正在加快推进整条道路的铺设工作以解决该问题。

“高补贴”“高奢品”? 小心仓播的这些套路

直播间买手机补贴1000元,价值5位数的“高奢”手表只卖99元……一段时间以来,以仓库为背景进行的直播在电商平台较为流行,不少主播宣称所售商品有“高补贴”,是“高奢品”。记者调查发现,部分仓播存在不同程度的虚假宣传,值得警惕。

虚构“高补贴”自封“高奢品”
仓播,指在仓库中进行的直播销售活动。一些主播身后堆满各式货箱、货柜,宣称直播地点为货源仓库,售卖商品为仓库直发,有价格优势。

记者近期关注百余个仓播账号,一些仓播账号有几十万粉丝,有的仓播账号能冲到所在时段平台带货总榜第一。然而,不少消费者反映,一些仓播主播宣称有“高补贴”,实际上没有价格优势;宣称是“高奢品”,结果货不对板。

在一个仓播直播间,主播介绍一款“瑞士品牌”手表时,拿出一张“世界名表等级排行榜单”,称该品牌是“高奢品牌”。他还展示了一张签购

单,称这款手表原价66800港元,直播间只要99元。

记者在多个电商平台搜索发现,这款所谓的“高奢”手表售价多在百元左右,最低30多元。有名表行业从业者表示,并未听过该品牌,不认为其属于“高奢品”。

此外,记者发现,一些主播常放出所谓的“明星网红”商品,宣称为会员店、专柜同款商品,直播间仅以一到两折的价格售卖,“送给你们试用”。但是,记者在相关会员店、商场内并没有看到这些商品,店内工作人员也表示从未售卖过。

堆叠空箱,模糊信息、引导评论
记者调查发现,部分仓播的虚假宣传套路主要包括:——堆叠空箱,打造“货源”场景。仓播进行时,主播穿行在堆满货箱、货柜的场地中;一些货架前,还有工作人员操作升降机,并不时接受主播调度——“看看上面手机库存还有多少”。但据多名主播和运营负责人介绍,这些形似

仓库的直播场所内只有少量货物样品,其余均为空箱,背景中的工作人员是“演员”。

记者了解到,大部分仓播运营方不囤货,直播中弹出的销售链接来自不同的供货商。“我们7个直播间,每天卖好几万单,没有一个产品是自己囤货、自己发货的。我们最大的优势就是会搞流量。”一名仓播运营负责人说。

——模糊信息,掩饰“折扣”本质。记者注意到,在介绍一些知名品牌商品时,主播往往有意混淆型号、新旧等关键信息。比如,只说“那款大几千的华为70手机”,实际上架的是华为畅享70等中低端系列,而非高端系列;大谈“飞天茅台加钱都买不到”,实际上是43度飞天茅台,而是43度飞天茅台。

——混淆视听,营造“抢手”氛围。记者调查发现,一些仓播的后台运营人员通过发“福袋”引导评论、刷屏、禁言等方式“控评”。观众必须在公屏发送“收到了,是正

但也有问题仍需时间解决,“组织部门会陆续将收集到的问题给到各个职能部门,让他们去推进。”王铭科说。

他还提到了另一个具有争议的问题,外卖员和快递员往往会被禁止进入小区。“有些外卖员和快递员在小区里开得比较快,业委会担心老人、孩子的安全问题。外卖员觉得自己也没有不遵守什么,有的时候要送那种大桶的油和水进来,车子却不能进,他们心里也会不舒服。”

他说,政府层面只能介入协调,寻找机制上的优化方案。他们作为中间人去协调外卖员、快递员和小区业主之间的关系,最后还需要小区业委会表态。

部分地区正在推行“小哥哥”,外卖员和快递员经过备案后会获得“小哥哥”,凭借该二维码可以进入小区送货,“如果被发现在小区里有不文明行为或危险就被扣分,‘小哥哥’没了后便不能再进小区。”目前,他们也在探索该方案实施的可能性。(摘自《南方周末》3.23 高伊琛、王诗娟/文)

品!”“是老粉回购沐浴油”“要高端瑞士腕表”等指定评论才可以参与“福袋”抽奖。

规范新兴直播 保证产品质量
北京市鑫诺律师事务所律师董世盼表示,一些主播在直播过程中堆叠空箱、模糊信息、虚标价格等行为,误导消费者购买所谓“高奢品”“高折扣”产品,侵害了消费者的知情权。

多位业内人士建议,有关部门和电商平台采取更有针对性的措施,加强仓播监管。平台要建立仓播监管长效机制,对仓播运营方的资质、商品来源、质量证明、销售话术等加强动态核验监管;监管部门要加强产品质量专项抽检,严厉打击虚假广告、虚假宣传等行为,保证网售产品质量。

另外,消费者在直播间购物时,应警惕虚假宣传与价格陷阱,不贪小便宜,理性消费;认真核查商品信息,保留订单记录、支付凭证、聊天记录等作为维权依据,遇到问题依法维权。(据新华社3.9讯 谭畅/文)