

给现金留一席之地,也是无障碍支付的内在要求

随着电子支付的发展,拒收人民币现金现象时有发生。据5月6日新华社报道,日前,中国人民银行对多起拒收人民币现金典型案例予以公示,经营主体拒收人民币现金的理由五花八门,“未设现金收付通道”“无法找零”“容易遗失”……但这些都不能为拒收行为开脱。

随着数字支付普及,使用现金支付的人确实越来越少。数字支付有助于减少偷窃、抢劫等犯罪现象,还能防范假币流通,给交易双方减少了诸多麻烦……因此,使用现金进行交易的人越来越少,一

些商家拒收现金也逐渐成为习惯。从法律层面看,经营主体应当尊重人民群众对支付方式的选择权。人民银行法和《人民币管理条例》都明确规定,任何单位和个人不得拒收人民币现金。尤其是为众多的中老年人习惯使用现金支付,强制采用数字支付无疑给他们的消费和生活增加了诸多障碍。

让现金支付方式更畅通,首先要加强监管力度,提高经营主体拒收现金的违法违规成本,尤其是对银行、医院等部分公共服务机构拒收现金等典型情况,加大责令整改和

处罚的力度,倒逼其做出表率。此外,消费者群体也要增强维权意识,对拒收或变相拒收现金的行为勇于说“不”、及时举报,共同维护可以自主选择支付方式的消费环境。数字支付时代带来万般便捷,但不能因此把现金支付当成“弃子”。尤其是在推进社会适老化改造议题上,支付无障碍也是题中应有之义。从维护人民币的法定地位,到确保社会层面现金支付渠道畅通,再到人民群众自由选择支付方式,无论从哪个角度看,都必须给现金支付留有一席之地。(摘自《工人日报》5.8 戴先任/文)

“戒目食”,出自清代袁枚的《随园食单》。何为“目食”?袁枚赴宴,主人家准备了一桌饭菜,琳琅满目。宾客虽多,但直至宴会结束,所食者不过一二,其余菜肴多数未曾动过。未曾“口食”,仅供“目食”,无非是出于排场的考量。一桌菜肴,“口食”者寡,“目食”者众,自然是浪费至极了。

于是,袁枚有了“戒目食”的感慨。食为果腹,这是“口食”,乃生存之必须;但如果在“口食”之外,还有“目食”,便是浪费。菜肴不入口,而仅仅过目,这样的奢靡浪费古往今来时有发生,也一直是被大众唾弃的行为。而究其根源,不外乎“贪”与“奢”二字。

烹制菜肴看重“口食”,戒“目食”。人生,亦当如此。

人要活出自己,首当其冲的是重“口食”。于人生众多选项中,不迷不乱,挑选适合自己的“食材”,烹制成肴,入口细品,消化吸收,使之成为自身的一部分。如此一来,才能不断在“口食”中吸收充足的养分,滋养身心,在人生路上渐行渐稳。

精彩人生,重在“口食”中的养分,而不在于“目食”中的奢靡。“戒目食”这句话,说的是菜肴之道,悟出的是人生之理。

(摘自《羊城晚报》郭华悦/文)



画与理

钱,是一种精神性的附庸风雅,让人愿意试着去相信没有钱也可以过得快乐。——《加缪手记》

拼命做事,不是为了被认可、给人缘、被赞美,做事的根本目的是为了积累能量、换取自由

如是说

——选择的自由、拒绝的自由、保持本色的自由。——新浪微博

假如一件事的确值得去做或去做,那么就请不要反复思量是否符合你的身份。——马克·奥勒留

(摘自《新周报》)

万物循环

随着人生阅历越来越丰富,我发现很多事情都在循环发生。成功与失败在不停循环,希望和失望在不停循环。年少时渴望长大,年老时怀念童年。这些事物涵盖了生活的点点滴滴方方面面。

时间也在循环,大到每一年,小到每一天,都有各自的起点和终点。不论这段时间如何度过,时间都不会停留,它把自己分成一个固定的长度不停循环。当一个人走过时光,回首往事,展望未来,就会发现循环的时间里有一个不断变化的自己,未来的自己成为何种模样,取决于如何利用好循环的时间。

有人说,人生是一条单行道,哪有什么循环?粗看起来确实如此,但如果细细思量,就会发现这条路看似单向的路上其实仍有许多交点。一个人如果没有经常回到起点,也就没有了最初渴望的终点。因为不忘初心,所以方得始终。

其实,循环是件很幸福的事情。从生到死,从生命的尽头回到生命的最初,身体老迈心灵仍是少年,岁月流逝生命依然璀璨,这才是金子般宝贵的一生。

(摘自《今晚报》石兵/文)

戒目食

画与理

如是说

万物循环

钱,是一种精神性的附庸风雅,让人愿意试着去相信没有钱也可以过得快乐。

于是,袁枚有了“戒目食”的感慨。食为果腹,这是“口食”,乃生存之必须;但如果在“口食”之外,还有“目食”,便是浪费。

人要活出自己,首当其冲的是重“口食”。于人生众多选项中,不迷不乱,挑选适合自己的“食材”,烹制成肴,入口细品,消化吸收,使之成为自身的一部分。

精彩人生,重在“口食”中的养分,而不在于“目食”中的奢靡。“戒目食”这句话,说的是菜肴之道,悟出的是人生之理。

选择的自由、拒绝的自由、保持本色的自由。

假如一件事的确值得去做或去做,那么就请不要反复思量是否符合你的身份。

然而,几年下来,这些地图并没有卖出去多少。家人和职工都很不理解,有人认为这些地图既占用了地方,又需要进行维护,实在是多此一举。

斯坦福二世听后脑洞大开,他立刻令人将地图从车上卸了下来。过了一段时间,他重新将这些烧焦的地图放回原来的柜台,只是柜台上醒目位置贴了两张纸,一张写上“战争纪念”,另一张写了这些烧焦地图来龙去脉的相关说明。

正在准备拉走时,斯坦福二世的一个小孙女来了,她摸

摸了地图说:“爷爷,给我留下几张地图吧,以此作为对这场战争的纪念。”

斯坦福二世一直坚持卖了十多年,随着生活水平的提高,光顾这个烧焦地图柜台的人越来越少。万般无奈的情况下,他不得不将这些地图当作垃圾处理。职工们很快将烧焦的地图搬上了车。

只因换了一种方式,这些烧焦地图的性质立即发生了变化,价格也翻了几倍,而来买地图的人也骤然增多了。就这样,积压了多年的地图,在短短的几个月时间内销售一空,而且还让书店赚了更多的钱。

“青春养老人”:我国首届养老本科生毕业

专业对口,学生“丝滑”入行

2020年高考填报志愿时,刘佳芸选择了“养老服务管理”专业,当年这个专业在全国首次招收本科生。抱着对这个新专业的兴趣,她填报了志愿并被上海工程技术大学管理学院录取。经过近4年的专业学习和实习实践,她即将进入上海市养老服务协会综合事务部工作。

近4年来,刘佳芸的专业学习是循序渐进的,先了解养老行业的概况,再系统地学习行业政策法规、养老机构运营管理技巧等,还可以按照个人兴趣选修课程。

此外,专业课教师会为学生“牵线搭桥”,让学生从大一一开始就进入养老机构实习,从基础的护理岗做起,逐渐过渡到运营管理岗,从而了解整个机构的运营方式。

大二和大三暑假,刘佳芸分别去了一家街道综合服务中心和一家主营助餐服务的民办非企业单位实习,对不同岗位和机构有了更多了解。对刘佳芸来说,找实习

“新老人”渴望老有所美

如今,市面贩售的美妆个护产品大多针对中青年人群,适合老年人的产品种类较少。不过,也有部分国货美妆品牌开始竞逐银发美丽经济,助力60后“新老人”群体美美地老。

被忽视的老年个护需求

在网络购物平台寻找“老年护肤品”,搜索结果多是价格相对亲民的国产品牌,描述多带“妈妈”关键词。这类美妆个护产品宣传功效以抗皱、淡斑为主。事实上,老年群体面临的皮肤问题很复杂。

美业研究院分析,老年人所需的美妆个护产品有三类。针对面部:老年人胶原蛋白流失较快皱纹较多,以及由于色素代谢降低易出现老年斑。

另一条赛道

如今,逐渐步入退休年龄的60后“新老人”堪称“有钱有闲有经验”,他们普遍会维权、会智能、会消费。无论是知识、阅历、眼界、财富还是生活习惯,60后与上一辈老年群体都有很大区别。

128人,400多个岗,4个岗位“抢”1名毕业生,这样激烈的场面,出现在5月9日山东女子学院养老服务管理专业(本科)首届毕业生就业双选会上。这个“青春养老人”专业培养什么样的人?未来养老产业,年轻人有何作为?



山东女子学院养老服务管理专业首届毕业生就业双选会现场

和找工作都比较顺利,“不管是我自己找还是学校推荐的单位,对方一看到我的专业是养老服务管理,首先会觉得新奇,然后认为这个专业十分对口”。

上海工程技术大学管理学院副院长罗娟介绍,上海工程技术大学从2010年左右就开始进行养老服务研究,在首届32名本科毕业生中,除了个别同学选择出国深造、继续学习养老领域知识外,绝大部分同学都将进入养老行业工作。据山东女子学院社会与法学院养老服务管理专业教师陈姝君介绍,首届64名本科毕业生中,有几位同学选择考公或跨专业考研,其余约九成同学有望留在养老行业。

林佳华的同学刘学昊目前在养老服务品牌“泰康之家”于青岛新开设的社区实习,岗位是文娱活动师,日常

养老是“朝阳产业”,年轻人可大展拳脚

谈及未来职业规划,山东女子学院养老服务管理专业毕业生林佳华目标明确:“评估是养老服务的重要环节,我希望深耕评估方向,成为一名老年人能力评估师,未来可以全职或兼职从事评估工作。这个职业能测量和评估老年人能力等级、评估养老机构,也能指导居家适老化改造过程等。”有了4年的专业学习,再加上在北京和福建的实习经验,她认为老年人能力评估师是未来市场需求更大、也更规范化的职业。

在罗娟看来,随着“银发浪潮”的到来,养老产业的产业链变长,未来社会生产的各个领域都要为老年群体再细分一次。她在课堂上告诉同学们,未来在教育、文旅、金融、保险、医疗器械、数字平台、住宅适老化改造等领域,在养老产业链上的每个环节,“都有年轻人大展拳脚的空间”。(综合中国青年报、齐鲁壹点)

牙釉质防护力的产品。助浴是社区为高龄老人提供的上门服务之一。受访社区工作者表示,社区请的护理师多使用老人家中的洗护产品,一般为价格较低廉的大众日化品牌,有的家中甚至只备一小块香皂。对皮肤病困扰的卧床老人,应使用有针对性的洗护产品。该社区工作者坦言:“老人专用的洗护产品太少,就算有也比较贵,如果这笔费用算在我们头上,我们没法负担。”

做好银发美妆个护市场需重视线下活动。如,深入老年群体常光顾的社区、超市、老商场等,为获得良好口碑、利用熟人效应传播打下基础,并与养老机构、老年大学、医院、药企等积极开展合作。

网友波尼在社交平台的留言引发热议:“直播间张口闭口叫你‘家人’忽悠你买五送五,买十送二十,导致我妈身边朋友买了一堆‘三无’产品用不完瞎送给别人,然后我妈又会买直播间的东西回送,这样恶性循环。”有网友家中老人使用了直播间“三无”产品导致烂脸,商家还称是“正常的排毒反应”,老年用户或碍于面子不愿承认被忽悠,或投诉不便默咽苦果。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音

江认为,相关平台可针对老年用户设置“一键投诉”功能,专门受理老年用户诉求,在核实查处违法违规商家的同时,将相关线索提交给市场监管部门,对隐藏在背后的违法市场主体给予处罚。

重视利用国民度品牌资产

“粉底液粉底霜、口红唇彩、眉笔眉粉、睫毛膏睫毛雨衣……”60多岁的周阿姨细数女儿给她“科普”的当下美妆品类直呼晕头,“年轻人的化妆品分不清有啥区别,最麻烦的是还要用专门的卸妆油去卸。”

阿姨们非常怀念过去“简单”的化妆品,在当时都属国民度较高的品牌,但现在已部分停产。她们表示如果这些产品能“复活”,配方更新符合目前的肌龄,或许会唤醒老用户以往使用的集体记忆,重燃购买意愿。

有美妆从业者播客节目中表示,国民度是一种宝贵的品牌资产,希望老牌国货美妆配方和包装与时俱进,多做话题营销,把国民度好好利用起来。

(摘自《半月谈内部版》2024年第5期)



藏经阁



有所悟