

不服老,更容易享受老年生活的美好

观点
提要

其实对于老人来说,学到什么,学到什么样的程度并不重要,重要的是在学习的过程中享受到快乐,因为有事可做,能够学到新的技能,交到新的朋友,能够让自己找到新的乐趣,享受到高质量的生活品质,也让老有所乐得到真正的体现。可以说,只要有了不服老的心态,才会享受老年生活的美好。

继洋说事

王继洋

“老年人也应该与时俱进,跟上社会发展的潮流”。在车水马龙的长沙街头,82岁的朱元亮举着摄像机,一边取景一边对记者说。近十年来,他平均一周参加三次社会活动,自学了电脑和摄像,还出过影集,拍摄制作了近5000条视频……据新华网报道,新中国成立70年来,随着经济社会的繁荣发展,不少像朱元亮一样的老年人逐渐改变生活状态,他们不再整日“围着子孙转”,开始为自己规划晚年生活。

在脑补朱元亮举着摄像机与记者交流的场景时,不禁地想起了前段时间去杭州采访一

位年近七旬的老太太的经历。那位姓李的老太太,每年有三分之一的时间都在旅途中,她独自出发,规划自己的行程,在世界各地参加一些活动。与我们采访组交流时,她思路清晰,时常抛出一些让我们耳目一新的观点,并且在交流中让人感觉很舒服,丝毫感受不到代沟的存在。她说,给自己制定的计划是70岁“退休”,但看她忙碌的样子,估计这“退休”时间延迟的可能性比较大。

遗憾的是,更多的老人出现在新闻中的时候,不是不服老,而是倚老卖老,比如说霸座,比如说广场舞抢地盘等。“传统老人”多数是服老,或是只围着子孙转,或许是只待在家里,或是不再学习。比如今年9月的时候,有大连媒体报道了一位86岁

的老人,反复乘坐公交往返终点站就是不下车……我们拿86岁的老人与年近七旬的那位李姓老人相提并论显然不够公平,但精神上的不够“富裕”,正在影响着老年人的生活质量是不争的事实。

如今,我们说起老年生活,脑海里出现的恐怕多数都是广场舞、打牌、下棋、钓鱼,给人的感觉是热闹有余,技术含量不足。正是这种略显单调乏味的老年生活,让他们成为保健品骗局、网络电信诈骗的目标人群和受害者。之所以出现这样的情况,很大程度上是因为有些老人觉得自己退休之后,就彻底服老,努力追求安逸、舒适的生活,失去了与时俱进的动力,然后慢慢与社会脱节……

相比之下,那些紧跟社会潮

流、不服老的老人,就变得让人钦佩不已——他们紧跟时代的步伐,紧跟社会发展的潮流,流行什么学什么,一点也不输年轻人。如今,这样的老人被称为“新老人”,他们拥有自己精彩的晚年生活,让人感受到晚年生活同样可以做到“太阳每天都是新的”,同样能够活出自己的精彩,让自己变得漂亮,也让自己变得富有吸引力。

其实对于老人来说,学到什么,学到什么样的程度并不重要,重要的是在学习的过程中享受到快乐,因为有事可做,能够学到新的技能,交到新的朋友,能够让自己找到新的乐趣,享受到高质量的生活品质,也让老有所乐得到真正的体现。可以说,只要有了不服老的心态,才更容易享受老年生活的美好。

警惕潜藏于内心的炒商品冲动

罗志华

据《成都商报》报道,在成都街头,喜欢穿华丽可爱、颇有些欧洲中世纪贵族风格裙装的女孩越来越多,这类裙子风格叫作“Lolita”。一条火爆裙子炒上十万元,普通的1000多元购买的裙子转手就卖4000元至5000元,原价300多元的二手玩偶背包也要上千元。这种现象被外界称为“炒裙子”,还配了个颇有意思的专有名词“炒Lo服”。

一段时间以来,热炒商品的现象在社会上轮番上演:先是“炒鞋”,某些款式鞋价出现“十天九倍”的涨幅,足见其火爆的程度;接着是“炒盲盒”,很多人都不知道盲盒为何物,但同样被炒得炙手可热,跟风炒作者众多;如今又出现“炒裙子”,这类中世纪风格的裙装毫无新潮可言,但也能勾起民众热炒的欲望,火爆款裙子炒到了11万元。

短时间内集中热炒多种商品,这并非一时兴起,而是存在坚实的基础。比如“炒裙子”现象,几年前就已存在于喜欢这类商品的小群体当中,只不过对此感兴趣的人太少,引不起社会的重视,如今“炒裙子”突破了原来的小范围,才被人们所了解和关注。也就是说,因为存在炒商品的广泛基础,才会出现短时间内集中热炒多种商品的现象,相信“炒裙子”不会是最后一个,接下来其他商品也可能被热炒。

种种迹象表明,炒商品的这股风并非自动刮起,很可能有人故意操控。从“炒鞋”中就可以窥见端倪,鞋厂和囤积大量现货的人,会因“炒鞋”盛行而在短时间内获取暴利,他们当然愿意点燃或吹旺“炒鞋”这把火。其他炒商品现象也是如此,都存在巨大的利益,也难免会存在人为操控的现象。并且,一些使用范围很小的商品看似不值得一炒,其实不然,它们反而符合物以稀为贵的市场规律,只要调动起民众的参与热情,赚钱会更容易。盲盒和中世纪风格裙装虽然知之者甚少,但并不影响它们成为热炒的商品,原因就在于此。

炒商品的暴利具有很大的诱惑,让一些人不顾风险跃跃欲试,再加上侥幸心理让人误认为,快进快出、见好就收,就可做到借机捞一把。然而,击鼓传花的鼓点说停就停,价格被炒得畸高时,商品砸在自己手里,损失将难以避免。炒商品冲动强烈的人,假如不时时压制这类冲动,就很容易被人利用,掉进精心设计的套路当中。

对市场中的类似炒作行为,职能部门应当依法履行职责,及时亮出监管之剑,化解各类炒作给市场带来的风险。相关部门和行业协会应加强监管和引导,对其中涉及的违法违规行为及时依法从严打击,同时加强消费及投资警示,以防范不明真相者为“炒”所伤。品牌商也应当出台相关措施,防止被市场炒作者利用,从经营者角度履行保护消费者权益之责任。



大众报业集团十大名牌专栏 诗评画议

绘画 陶小莫 配诗 王继洋

奶奶病重需手术,
孙女术前直叫苦。
单身居然成罪过,
以爱绑架不足取!

国庆节前一个月,小樱照旧和闺蜜订好了去国外的机票。但是节前一个星期,小樱爸妈突然带着奶奶到了杭州,接着又住进了医院,说是奶奶检查出心脏不太好,需要搭个支架,手术时间都排出来了,但是奶奶死活不肯上手术台,除非要小樱答应一个要求:带男朋友过来。

据10月8日《都市快报》

城市“实力宠粉”树立公共服务新形象

观点
提要

时下随着全域旅游的到来,游客愈发重视休闲娱乐、品质服务,对景区、公共服务的要求也愈来愈高,在社交媒体的加持下,拥有好口碑、高水准的景区、城市,亦受到游客热捧。相比之下,那些将游客当成“唐僧肉”来宰割,对旅游服务质量不重视,对游客缺乏尊重的景区和城市,也该醒醒了,学习重庆、扬州等城市“实力宠粉”,才是旅游经济发展的正道。

江德斌

据《重庆晚报》报道,国庆期间,重庆解放碑、朝天门、洪崖洞、南滨路等地旅游人气爆棚的照片和短视频刷爆各大网络平台,吸引全国海量网友点赞和评论。10月3日,重庆市公安局、重庆市文化旅游委分别发布“温馨提示”,请广大市民把更多空间留给外地游客,受到广大市民的积极响应,市民纷纷表示理解支持。

重庆市“实力宠粉”,以“游客为本”的做法,着实收到了成效,全国网友纷纷点赞,为重庆市打call,认为太贴心了。重庆也因此成为国庆“黄金周”期间的热门旅游城市,游客纷纷涌入重庆各地旅游、消费,据重庆市文化旅游委发布的数据显示,国庆长假全市共接待境内外游客3859.61万人

次,同比增长10.6%;实现旅游总收入187.62亿元,同比增长32.8%,显然游客用实际行动投了一票。

为了迎接广大游客的到来,重庆市腾出一座城,号召本地市民错峰出行,以便腾出更多空间,让外地游客玩得更舒心。同时,重庆市还实施了分层控制、进出分流、外围疏导等措施,将重要交通枢纽千厮门大桥变成“世界最大人行跨江大桥”,供游客拍照。各种“花样宠粉”政策落在实处,注重全方位服务,于细微之处做精做细管理服务,提高重庆旅游美誉度和吸引力,树立起了公共服务新形象。

无独有偶,不仅是重庆市在“花样宠粉”,其他城市也有相应“宠粉”政策。国庆长假期间,扬州市、衢州市、潮州市、四川都江

堰、浙江开化、杭州千岛湖镇城区等地相关机关事业单位停车场在国庆期间免费向公众开放。扬州政府食堂对游客开放,工作人员还在食堂的角落放置了旅游指南,游客可享受充电宝租借、茶水供给等配套服务。衢州市机关食堂和内部超市也向游客开放,出售丰富多样的套餐、配菜、“三衢味”特色产品。

这些针对公众出游的细心服务,为广大游客提供方便,减少停车、用餐等后顾之忧,让游客真正产生宾至如归的感受,收获了满满的真诚与尊重。同时,机关单位打开门接待游客,有利于祛除政府机关的神秘魅影,也体现出各地城市公共服务意识的升级,不再单纯将“黄金周”当成假日经济,亦认识到服务游客、民众需求

的迫切性,让公众出行旅游更舒心、放心,对城市管理与公共服务的满意度,亦会随之上升,这何尝不是一种良好的城市形象宣传。

每年国庆“黄金周”期间,都是旅游出行的高峰期,高达数亿人次的出游,对旅游经济起到很大的促进作用。时下随着全域旅游的到来,游客愈发重视休闲娱乐、品质服务,对景区、公共服务的要求也愈来愈高,在社交媒体的加持下,拥有好口碑、高水准的景区、城市,亦受到游客热捧。相比之下,那些将游客当成“唐僧肉”来宰割,对旅游服务质量不重视,对游客缺乏尊重的景区和城市,也该醒醒了,学习重庆、扬州等城市“实力宠粉”,才是旅游经济发展的正道。