

给广场舞“降噪”是事关民生的大问题

观点
提要

我们理解大爷大妈的生活需求,他们之所以纷纷加入到广场舞大军中,一方面是因为子女太忙,广场舞可以很好地帮助他们摆脱空虚孤寂的生活;另一方面广场舞还能起到强身健体、愉悦身心的效果,也让不少中老年人摆脱了病痛折磨。但在很多大爷大妈不理解年轻人及孩子对于噪音的反感的情况下,相关部门站出来为市民“降噪”就变得刻不容缓。

继洋说事

王继洋

近日,有读者透露,某地的公园、广场,每天晚上7点到9点,都会有好几拨跳广场舞的人,搞得噪音很大。由于孩子尚未开学,要在家上网课及做作业,着实是不堪其扰,希望相关部门能够设法“降噪”。

不得不说,疫情还没完全散去,大爷大妈已经开始跳广场舞了。最近每晚都会去火炬公园散步,发现广场舞更像是一种社交方式。某种广场舞出来的时候,往往开始只有两三个人在跳,为了吸引更多人加入,他们一方面把音乐声调到尽可能高,

做到“未见其人,先闻其声”,吸引更多人关注;另一方面则是用“我最摇摆”的舞姿,来吸引更多人的加入。慢慢形成规模之后,大家的站队、排位就固定下来了。

按理说,作为中老年人健身、消遣和社交的一种方式,广场舞自有其存在的道理,毕竟,每个人都有选择运动方式的权利嘛!所以,不管你愿不愿意,不论你喜不喜欢,广场舞就在那儿,不离不弃、不少反增。可问题在于,一方面现在疫情尚未完全散去,广场舞属于群聚性项目,不安全;另一方面,广场舞的噪音扰民问题,已经影响到了周边居民的幸福指数。以往很多考虑在公园周边买房的人,也许会因为广场舞的存在,转变购房

思路。毕竟,惹不起,总躲得起吧?

我们理解大爷大妈的生活需求,他们之所以纷纷加入到广场舞大军中,一方面是因为子女太忙,广场舞可以很好地帮助他们摆脱空虚孤寂的生活;另一方面广场舞还能起到强身健体、愉悦身心的效果,也让不少中老年人摆脱了病痛的折磨。但在很多大爷大妈不理解年轻人及孩子对于噪音的反感的情况下,相关部门站出来为市民“降噪”就变得刻不容缓。

近年来,为了解决这一问题,各地可谓是想尽了办法。去年,《天津市文明行为促进条例》正式实施,对广场舞扰民作出了明确的规范和处罚规定;同样是去年,安徽省宁国市警方更是对

涉及噪音扰民的5名广场舞组织者当场开出了首张罚单,并依法作出警告处罚。如今,哈尔滨市的扬尘噪声监测器,不仅方便了广场舞爱好者的自律,也让执法变得有据可依。

只要思想不滑坡,办法总比困难多。给广场舞“降噪”是事关民生的大问题,我们希望相关部门结合实际,将各种广场舞组织纳入政府管控的街道办事处及居民委员会的管理之下,以便合理有序地开展活动的同时,也能加大执法力度,要敢于对广场舞扰民的责任人(带头人或组织者)给予处罚,增加广场舞噪音扰民责任方的违法成本。唯有这样,才能还广大市民一个安静宜居的环境,更好地保护广大市民的切身利益。

跨界经营非常态 企业需早做打算

江德斌

疫情发生以来,不少企业开始跨界经营。据了解,目前国内已有3000多家企业宣布“跨界”,“口罩、防护服、消毒液、测温仪、医疗器械”等业务成为跨界热点。此外,受到冲击的餐饮等行业也在积极求变,采用“外卖”、半成品等方式展开自救。然而,随着疫情形势的变化、复工复产工作的推进,各行各业逐渐恢复正常。跨界企业迈出的步子是否收回来,还是继续往前走?跨界成本几何?效果如何?

企业跨界经营无论是主动还是被动,都是基于生存和发展所需,在疫情这种特殊时期,活下去是首要目标。至于如何更好地生存,则取决于企业的整体实力以及经营策略。实力强大的企业,可以大胆尝试跨界,开拓新市场,或者为了履行社会责任,积极投入战疫物资供应。这种跨界选择,往往需要付出巨大代价,回报并不理想,但收获了社会荣誉和口碑,为将来打下基础。

在正常秩序的市场环境下,企业也经常会有跨界经营的策略,但都是为了扩张边界、提高收入和盈利,也就更有计划和目标。跨界经营的市场风险很大,企业进入一个全新的领域,与之前的业务关联较弱,往往发挥不出原有优势,难以形成1+1>2的效果,如果经营不善,反而会造成长期亏损。而在疫情期间,企业跨界经营大都是应急所需,本就缺乏长远战略规划,更遑论长期盈利了。

在疫情逐渐被控制住,各行各业开始快速复工复产之际,企业也需要尽快对跨界经营项目重新审视,评估是否还有必要继续经营下去。毕竟现在许多行业都是产能过剩,经营者众多,跑道过于拥挤,很难容下新的竞争者。而且,企业跨界经营大都只是应急需要,与其他对手相比,未必有足够的竞争力,长期比拼下去的话,可能会陷入亏损泥潭之中。比如目前几千家企业跨界做口罩,迅速提高产能,缓解了口罩供应压力,但疫情过后,必然会造成产能过剩,价格大幅下跌,跨界者就会失去竞争力,还是早日做好调整的准备为妙。

非常时期的跨界经营,本身就不是常态化现象,就不能跟平日一样核算,需采取应急机制下的核算体系,方可权衡整体利弊。究竟是赚钱还是赚了名声,企业都要有一个清晰明了的结论,避免成为一个糊涂账。而且,如果明确退出退出的打算,就应制订好跨界项目退出计划和时间表,按照疫情的发展形势,一步步落实,从而达到有的放矢,防范拖延过久而贻误时机。

大众报业集团十大名牌专栏 诗评画议

堂堂海洋研究所,环评借花来献佛。层层把关如虚设,驴唇马嘴与谁说?

绘画 王怀申 配诗 王继洋

3月29日,中国科学院南海海洋研究所在其官方网站发布《关于深圳湾航道疏浚工程(一期)环境影响报告书涉嫌抄袭情况的说明》,其中提到,经初步调查,研究所承担深圳湾航道疏浚工程(一期)环境影响评价工作的团队,在部分定性分析部分,因采用该所以前完成的报告作为模板,并提交了未完成的报告过程稿作为公示材料,导致存在较多“湛江”字眼等,部分分析内容中还有湛江港及相关规划等内容。

据3月31日《中国青年报》



“为湖北加油”，从善待湖北农副产品开始

观点
提要

从疫情暴发到现在,两个多月来,湖北人民遭遇了惨痛的损失。他们眼睁睁看着应季的蔬菜、水果、茶叶出不去,伤如何!他们该得到的,显然不只是口头上的“湖北加油”,更应是行动上的支援,是实打实地“扶一把”。而从市场的角度看,消费本身就是最好的“扶一把”。

辛荆

“湖北加油!”这是湖北战疫最艰难时很多国人喊出的口号。时至今日,还能怎样继续为湖北加油?除了善待湖北人,还有一条:不歧视“湖北产”。

武昌鱼、潜江小龙虾、洪湖莲藕、孝感米酒、宜昌秭脐橙……湖北是鱼米之乡,也是全国重要的农产品生产基地。农产品出产丰富,品种齐全,农业产出是当地农民脱贫致富的重要支撑。可受疫情影响,湖北很多农产品销售受阻。

1月23日武汉关闭离汉通道当天,就有部分省份农产品批发市场叫停从湖北调入农产品。而今,随着湖北除武汉以外的地区解封,农产品销路问题越发受到关注。

疫情暴发以来,尽管湖北很多地方的农产品仍在外运,但总体看

来,渠道并不是特别通畅。

拿秭脐橙来说,就从过去的“被抢购”变成了“不敢买”,发往湖南、成都、重庆、北京、河北等全国多个方向的货都遭遇了无法进城的情况;经销商不敢说这是秭脐橙,也不敢说来自湖北。

这背后,与新冠病毒沾边的农产品质量安全谣言,对消费者认知心理的负面影响加剧了滞销情况的出现。但“湖北产”不是病毒携带者,更不是洪水猛兽。部分人对“湖北产”的排斥,只是科学素养缺失下的过度防范。正如专家所说,病毒离开宿主能够存活的时间很短,经过长途运输的农产品不可能还有病毒依附。

而根据湖北当地防控安排,与水果有接触的劳动者,均经过了严格的检测,“现在只有健康、没有受

新型冠状病毒感染的人才能下地采摘”。

不只是水果,水产品也并非新冠病毒宿主,可放心正常食用。拿很多人钟爱的小龙虾来说,当前湖北小龙虾销往全国360多个城市,日销量大增,超过650吨,该话题还曾一度登上热搜。

说到底,“湖北产”本身与新冠病毒不能画等号,消费者大可不必如临大敌,强烈排拒。“一刀切”式规避的结果,只能伤害市场的正常流通,阻滞疫情过后生产生活的快速复苏。

从助农脱贫的角度讲,从2016年开始,国家多个部门就开始倡导“消费扶贫”,前不久,国家28个部门又联手倡导“消费扶贫”,以此作为今年决战决胜脱贫攻坚的重要依托。整个社会包括各地有关方

面,理应顺应大势,多一些政策善意之举,多一些体恤关切之心,多一些对“湖北产”的容让爱护。

从疫情暴发到现在,两个多月来,湖北人民遭遇了惨痛的损失。眼睁睁看着应季的蔬菜、水果、茶叶出不去,伤如何!他们该得到的,显然不只是口头上的“湖北加油”,更应是行动上的支援,是实打实地“扶一把”。而从市场的角度看,消费本身就是最好的“扶一把”。

基于此,“为湖北加油”,不妨从善待湖北农副产品开始。

善待湖北农副产品,就请消除“农产品地域歧视”,就请消除不必要的芥蒂,就请用消费行为践行“助农主张”——别忘了,帮助湖北人民,也是在帮助我们自己,是帮助全社会更快地走出疫情之困。