

中小学放春秋假 供需矛盾应平衡

□余明辉

日前,商务部等9部门印发《关于扩大服务消费的若干政策措施》的通知。其中指出,优化学生假期安排,完善配套政策。在放假总天数和教学时间总量保持不变的情况下,鼓励有条件的地方结合气候条件、生产安排、职工带薪休假制度落实等因素,科学调整每学年的教学和放假时间,探索设置中小学春秋假,相应缩短寒暑假时间,增加旅游出行等服务消费时间。(9月17日《工人日报》)

消息一出便引发社会热议。支持方认为此举能让学生避开寒暑假出行高峰,在春秋宜人时节亲近自然;反对者则担忧假期调整打乱教学节奏,更让双职工家长陷入“看护难”困境。这场争议的核心,实则是政策背后个体诉求与公共利益的平衡命题。

从政策初衷看,探索春秋假有其现实价值。长期以来,中小学“两假夹两学期”模式固化,寒暑假时间集中且跨度长,既导致旅游消费季节性拥堵,也让学生易在长假中出现“知识断层”。此次政策明确“放假总天数和教学时间总量不变”,本质是对以往教育节奏的优化,将寒暑假过长的假期“拆分”到春秋两季,既能利用春秋气候优势,为学生创造更多户外实践机会;也能通过错峰出行带动旅游、文化等服务消费。

但政策落地,也须平衡好三重现实难题。其一,学生减负与学业质量的平衡。缩短寒暑假后,若学校通过压缩课程、加快教学进度来保障教学总量,反而会加重学生学习负担。

其二,家长便利与假期安排的平衡。双职工家庭的“看护真空”是春秋假落地的最大痛点。若春秋假时间与家长工作时间错位,家庭要么选择高价托管机构,要么依赖祖辈照料,反而增加生活成本与家庭负担。

其三,统一要求与地方差异的平衡。我国地域辽阔,南北气候差异大,不同地区学校的教学进度、特色课程也各不相同。若搞“一刀切”的春秋假政策,可能导致北方地区因春秋天气寒冷难以开展户外活动,或农村学校因缺乏托管资源让政策流于形式。

推进中小学春秋假,不是简单的假期“拆分重组”,而是对教育规律、家庭需求、社会资源的综合考量。各地在落实政策时,需深入调研学生与家长的实际需求,出台细化配套措施,如弹性托管、错峰放假等;同时借鉴试点地区的成熟经验,避免盲目推进。唯有在教育节奏与服务消费之间找到平衡点,才能让春秋假真正惠及学生、方便家庭,实现政策的初衷与价值。

卧铺打伞遮隐私 服务供给要跟上

□木须虫

近日,一则关于“火车卧铺下铺打伞遮隐私”的帖子引发热议。有网友建议卧铺区域是否可增设床帘,以更好地保护乘客隐私。记者就此致电12306铁路客服。客服人员回应称,目前铁路部门并未明文禁止旅客使用帘子或打伞遮挡,但原则上不建议旅客采取此类方式。客服解释,列车车厢属于公共服务场所,温馨旅途环境需旅客共同营造,彼此理解。(9月17日极目新闻)

女乘客在火车卧铺打伞遮隐私的行为,看似是个体应对空间局促的临时之举,实则折射出大众出行需求的时代性嬗变。当旅客不再满足于“有车可坐”的基础需求,安全舒适、便捷快捷等综合体验正成为新的刚性标准。在交通运输供给充足的今天,矛盾焦点已从“需求短缺”转向“更好更优”的供给侧改革。

绿皮车卧铺的持续热度,恰是需求升级的生动注脚。在高铁网络日益密布的当下,选择卧铺出行的旅客看重的不仅是经济实惠,更是慢旅行中“睡一觉抵达目的地”的独特体验。这种选择背后,暗含着对私密空间、睡眠质量等更高层次需求的期待。然而,现有卧铺车厢的开放式布局,显然与这种期待存在落差。女乘客撑伞自筑“隐私屏障”的无奈之举,正是对现有服务供给的无声诘问。

破解这一矛盾,关键在于重新校准绿皮车的功能定位。在高铁承担主流客运任务的格局下,绿皮车完全有条件向“移动旅馆”转型。通过全卧铺化改造,将车厢空间重构为居住单元;增设可调节隐私帘,打造半封闭睡眠舱;优化铺位布局,预留更多活动空间;配置USB充电口、阅读灯等现代化设施。这种“居住化”升级,既保留了卧铺出行的核心优势,又能精准对接旅客对私密性、便利性的新需求。

这种转型并非异想天开,而是铁路服务差异化竞争的现实路径。铁路部门若能以用户需求为导向,将绿皮车改造为串联景区、主打慢旅行的旅游专线,不仅能提升服务品质,还能开辟新的经济增长点。

需求之变是时代进步的必然,也是服务升级的契机。从绿皮车到高铁,从硬座到商务舱,中国铁路的每一次跨越都印证着“需求牵引供给”的发展逻辑。当女乘客不再需要撑伞保护自己时,当每位旅客都能在列车上获得尊严与舒适时,这才是交通運輸现代化应有的模样。概而言之,这种改变不仅关乎个体体验,更彰显着一个社会对人性需求的尊重程度。

体育为笔,绘就乡村振兴新图景

□吴志明



近日,“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛落下帷幕,但这场持续两个月的乡村体育盛宴所带来的影响远未结束。作为一项根植于泉州乡土的高水平乡村篮球赛事,其意义早已超越单纯的体育竞赛范畴,它巧妙地将一场群众性体育活动,转化为推动农、文、旅、体深度融合发展的强大引擎,为新时代乡村振兴注入了新动能。

自开赛以来,赛事便以其独特的乡土魅力和蓬勃的生命力迅速“出圈”。25支镇级篮球队、4大赛区、51场激烈角逐,超千万观赛人次,这些数字背后,是群众对乡村文化自信的觉醒。赛事的独特价值,在于它深度植根于闽南地域文化。“斗阵”在闽南语中意为“一起”“共同”,蕴含着闽南文化中凝聚乡情、团结协作的精神内核。当球员在赛场上奔跑拼搏,场下乡音交织的呐喊助威,正是“斗阵”精神的生动具象化。而赛前赛后的文艺表演、非遗展示,让游客不仅能

观看高水平的比赛,还能沉浸式体验闽南民俗风情,极大地提升了赛事的文化内涵和吸引力。

赛场外,赛事引发的“连锁反应”同样令人瞩目。主办方将“流量”转化为经济“增量”,为当地村民增收开辟新赛道。赛事成功催生充满烟火气的“斗阵·泉BA市集”,烧烤摊的烟火、四果汤的清甜、闽南炸物的酥脆,各种乡土美食香气弥漫,让球迷们在为球队呐喊助威之余,尽享“舌尖上的泉州”。琳琅满目的特色农产品展销,将承载着地域记忆的农副产品、手工艺品推向大众视野。体育赛事聚集人气,人气带动消费,消费促进产业升级——这种基于本土资源的内源性发展模式,为乡村振兴提供了可持续发展的经济动能。

从更长远的视角看,赛事还为乡村治理提供了新思路。赛事的举办离不开乡镇政府、村委会、商会、村民、志愿者等各方的协同合作,这种多元主体参与的治理模式,锻炼了基层组织的统筹协调能力和应急处理能力。而赛事的策划、市集的管理、环境的维护等,都需要村民广泛参与和协商,这种参与式治理模式,增强了村民的主人翁意识,有助于构建更加民主、透明的乡村治理体系。同时,赛事还通过体育精神潜移默化地影响着乡风面貌,提升乡

村的人气与凝聚力。这种基于乡土认同的集体情感,是构建和谐乡村社会、提升基层治理效能的重要基础。

展望未来,“泉BA”还有着无限的潜力可以挖掘。相关部门应持续深化赛事推广,完善赛事机制,进一步提升赛事的商业吸引力与消费带动效能。一方面,可以引入更多的品牌赞助与商业合作,为赛事注入更充足的资金,提升赛事的规格与品质;另一方面,可以利用赛事的影响力,开发相关的文创产品,举办篮球主题的培训活动等等,形成可持续的产业链。将“泉BA”打造成一个全方位、多层次的体育文化品牌。更重要的是,要将“斗阵”精神延伸到乡村治理、产业发展、生态保护等多领域,使之成为凝聚人心、推动发展的精神纽带。

“斗阵·泉BA”作为一场现象级的乡村体育盛事,以篮球为媒,深植闽南“斗阵”文化基因,通过“赛事搭台、经济唱戏、治理增效”的创新模式,实现了多产业的同频共振,为乡村振兴开辟了一条热气腾腾的实践路径。期待未来能看到更多类似“泉BA”的创新实践在各地涌现,助力乡村振兴迈向新高度。



吴志明



近期,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局等四部门专题研究做好遏制“天价”月饼工作。下一步,四部门将指导各地有关部门强化监测分析,加强市场巡查,发现问题及时督促整改,加大重点领域监督检查力度,依法查处违法违规行为,营造良好市场环境,维护风清气正的节日风尚。(新华社/文 视觉中国/图)

让预制菜从灰色地带走到阳光之下

□郑运钟



从名人微博的一句吐槽,到演变为全民聚焦的公共事件,罗永浩与西贝之间的网络争端,不仅揭开了互联网时代的危机应对困局,更将预制菜再次推向舆论的风口浪尖。

风波始于罗永浩的一条微博,他分享用餐体验时直言,在西贝消费时发现“几乎全都是预制菜,还那么贵”。言论一出,迅速引发公众共鸣,而西贝创始人贾国龙的强硬回应则让矛盾进一步激化。此后,西贝试图通过种种方式平息争议,可非但没有降温,反而让舆论怒火越烧越旺,直至西贝发布官方致歉信,并承诺到10月1日,将全国门店多款菜品调整为门店现场加工,这场持续多日的纷争才暂告一段落。

回顾西贝的危机应对全程,堪称公关失策的典型案列。品牌危机公关的核心,本应是让消费者情感共鸣,而非与消费者争对错。然而,西贝反复搬出相关部门关于行业发展的《通知》,强调“按照国家标准不属于预制菜”,看似无懈可击,却完全忽略了消费者的情感诉求——对高价低质与虚假宣

传的痛恨。更不明智的是,西贝董事长高调宣称起诉罗永浩,在弱者更容易获得支持的网络舆论场中,他所表现出的强硬姿态,除了激化矛盾、招致反感之外,没有任何好处。

事实上,消费者并非天然反对预制菜,真正引发不满的是商家的隐瞒。预制菜并非新鲜事物,但随着应用场景从家庭便捷餐扩展到连锁餐饮甚至高端餐厅,争议也随之升级。消费者的质疑核心集中在两点:一是预制菜定义长期不统一,中央厨房半成品与工业化预包装食品缺乏明晰界限,让消费者难以分辨;二是一些餐饮企业打着“现做现炒”的噱头,实际使用预制菜包,却按现制菜品收取高价,侵害消费者知情权。再加上部分小餐厅频发的卫生问题,进一步透支了公众对预制菜的信任,甚至让“预制菜=劣质菜”的刻板印象逐渐固化。

而乱象的根源,在于预制菜行业的标准缺失,导致各方对“什么是预制菜”缺乏统一认知。好在行业规范正在逐步完善:2024年市场监管总局等六部门发布的《通知》,首次明确预制菜范畴为“以食用农产品为原料,经工业化预加工制成、需加热食用的预包装食品”;国家卫健委主导的《预制菜食品安全国家标准》草案也已通过审查,即将向社会

公开征求意见。这意味着预制菜的“身份”将有统一说法,餐饮门店是否使用、如何使用预制菜,也将首次要求店家公示,为行业划定清晰边界。

在这场争议中,消费者的知情权始终是核心议题。餐饮企业本就有义务在菜单、点餐系统等显著位置标注预制菜使用情况,上海试点的“预制菜公示栏”、北京部分餐厅通过二维码追溯菜品来源的做法,已为行业提供了可借鉴的透明化范本。反观西贝,其完全可以选择另一条更优的回应路径:先共情消费者,承认公众关切合理性;再透明解释菜品制作流程,而非强硬硬辩;最后通过倾听意见,将防御姿态转为开放沟通,或许就能避免信任的大幅流失。

预制菜的出现,是对当代人快节奏生活需求的回应,标准化、规范化的生产流程本更有利于食品安全的把控。我们应当以此事件为契机,推动预制菜行业的规范发展。期待,随着预制菜国标的落地,不仅能为生产企业划出安全“红线”,更将倒逼餐饮业告别“模糊营销”,让预制菜行业从灰色地带走到阳光之下。



郑运钟



误工费

□本期主持:吴志明

乘客遗落物品,司机送还能否要误工费?近段时间,泉州两位乘客将手机、钱包遗落在网约车和出租车上,司机主动送还失物的暖心举动赢得广泛称赞。然而,现实中也有因乘客遗落物品引发误工费纠纷的事例。许多人对主动归还不求回报的行为表示赞赏,也有人因网约车司机要求误工费表示理解,对此您怎么看?

适当补偿 合理合法

@不懂:司机要求误工费并非贪图回报,而是对其劳动和时间成本的正当补偿,是现代契约精神的体现。司机送还物品,直接导致经济损失和额外成本。要求误工费,是要求乘客为自己的疏忽承担责任。这种补偿机制能鼓励司机更积极地处理遗失物,从长远看有利于形成权责对等的良性社会循环。因此,给予司机适当的误工费补偿,是对其职业和善举的双重尊重。

@吴玲:收取误工费具有合法性、合理性。从法律层面看,我国民法典明确规定权利人领取遗失物时,需向拾得人支付必要费用,多国法律也认可拾得人获酬权。从情理角度看,乘客才是保管自身物品的首要责任人,司机并无保管送还义务。从经济逻辑出发,出租车以盈利为目的,送还遗失物非其责任,乘客支付报酬符合市场价值规律。

@柳凤春:主动送还遗失物是拾金不昧,要用理性规则守护善意。人们称赞不求回报的司机,是因为其传递了社会温暖;但不能因此将无偿送还变成一种道德绑架,这难免让司机感到善意被消耗。相反,合理补偿本质是对司机额外付出的认可,既保留了主动归还的道德价值,也用实际行动告诉司机“你的付出值得被看见”,反而能鼓励更多人愿意“多走一步”送还失物。

施恩图报 善意变味

@蜀中闲人:拾金不昧的珍贵,本在“不昧”二字的纯粹善意。一旦加上“求偿”前提,这份善意便掺了功利底色。并非否认司机送还的成本,但若将还物与要钱绑定,“不昧”就从自发美德变成了有条件的交换。社会赞美的从不是“有偿还物”,而是那份超越利益的信任与善良。拾金不昧看似合理,却消解了美德的温度,让本该温暖的双向奔赴,沦为冰冷的利益计较。

@摇摇:拾金不昧是中华民族的传统美德,一旦与金钱挂钩,其纯洁性便大打折扣,容易滑向“施恩图报”的功利主义。司机受到的广泛称赞,正是源于其不约而同主动送还且不求回报的无私,这种超越经济利益的善意,才是构筑社会信任和温暖的基石。如果形成“送还必收费”的惯例,可能会寒了乘客的心,让感激之情变为冷冰冰的交易,破坏司乘之间的信任基础。

@江苏朱超:司机主动送还遗失物本是善举之举,若索要误工费,这份纯粹便会沾染功利色彩,让善意变味。从职业属性看,保障乘客财物安全是交通运输行业的延伸责任,司机送还是应有之义,将其与误工费挂钩,会消解服务行业的人文温度。从社会价值看,社会温暖源于不计回报的举手之劳。若送还失物索要误工费,会弱化人际信任,让温情互助异化为成本核算。

完善机制 实现共赢

@仙水忍:此事不能一概而论,应具体情况具体分析。最理想的解决方案是平台或行业协会建立清晰的规则和沟通机制,如设立“失物招领”专项功能,司机上报后,由系统自动计算并建议补偿金额,乘客支付后司机送还。这样既保障了司机的权益,避免了当面对价还价的尴尬,也维护了善举的体面,通过制度化的设计将道德行为与合理补偿相结合,从而实现双赢。

@左崇年:解决遗失物品返还问题,存在多元路径,并非只有“收取误工费”一条路。出租车公司可设立专项奖励,用现金或积分激励司机;相关部门完善信息共享平台,减少司机送还时间;乘客也应增强保管意识,主动感谢司机善举,以“责任兜底+善意激励”平衡各方权益,才能让拾金不昧延续温暖,避免矛盾产生。

@季萌:无私付出的善举需要鼓励,更需要保障兜底。平台方应完善协助乘客寻找遗失物的流程,利用双向评价、黑白名单等各类机制规范行为,避免双方因费用产生纠纷,让司机有送还乘客失物的底气。社会舆论应加大相关法律法规的宣传力度,让好人好事成本“合理化”形成共识。公众也应多一些换位思考和善意理解,让美德在规范中行稳致远。

下期话题

近日,广州某小学的一则建议引发热议:学校建议不让老人接送小孩,理由是可能存在安全风险。有网友觉得这一建议有道理,但反对者直指此举“给家庭增添负担”。对此,您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“不让老人接小孩”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



吴志明