

□评论员观察

高铁站是一种公共服务设施,即便有经营压力,铁路部门也不应要求每一个高铁站都不产生亏损。毕竟,铁路运营并不是一种单纯以盈利为目的的商业行为。在某些地方和某些时候,高铁站存在经营亏损甚至是公共交通服务的一种应有之义。

高铁站建成多年未启用,究竟谁之责



□评论员 王学钧

总投资逾4000万元的海南环岛高铁儋州海头站,为何建成多年未启用?近日,海南省发改委在回复人民网“领导留言板”网友留言时称,省发改委采取多种方式与铁路部门进行全方位的沟通协商,但铁路部门认为,当前制约海头站启用的主要原因是:海头站日客流量不足百人,开通运营后铁路部门将亏损严重。

这并不是海南省发改委第一次就海头站启用问题作出答复。2017年,在答复海南省人大代表关于“开通西环高铁儋州海头站”的建议时,海南省发改委已表达过几乎完全相同的内容。

□来论

“做一只有生命的蝴蝶”,让孩子远离网络烂梗

□孔德淇

最近,一场引导小学生理解“网络烂梗”的班会火了。江苏南京市浦口区车站小学语文老师朱文浩,发现学生一听到“背带裤”就笑,进一步了解发现,学生之间有很多“网络烂梗”,比如“老六”“完了,芭比Q”之类。她索性将“网络烂梗”搬到课堂上,正面引导孩子们理解“网络梗”。

班会课上,朱老师引用作家冯骥才“大风可以吹起一张白纸,却无法吹走一只蝴蝶”这句话,将跟风说“烂梗”的孩子比喻为气球,鼓励孩子们做一只“有生命的蝴蝶”,微风拂来时能够翩翩起舞。这堂生动的班会课迅速引起

儋州市政府网站上的一条信息似乎也印证了这一点。2021年,该市交通运输局在回复市人大代表相关建议时“透露”,是否启用海头站,由铁路部门说了算。而铁路部门给出的说法是,之所以迟迟不启用海头站,是因为海头站位置偏僻,交通不便,吸流能力太有限,启用后会产生亏损。若要开通,儋州市需每年向铁路部门“支持”经营亏损补贴资金约500万元。

这样看来,问题好像主要出在铁路部门。

高铁站是一种公共服务设施,即便有经营压力,铁路部门也不应要求每一个高铁站都不产生亏损。毕竟,铁路运营并不是一种单纯以盈利为目的的商业行为。在某些地方和某些时候,高铁站存在经营亏损甚至是公共交通服务的一种应有之义。

就算要讲究投入产出,铁路部门也应把眼光放得长远一些,给客

运市场发育留出必要的时间。对儋州而言,海头站的规划建设具有相当的超前性,铁路部门以会产生亏损为由拒绝启用海头站,未免太急功近利,太不讲道理了。

再退一步,就算这种拒绝亏损的想法是正当的,铁路部门的做法也是有问题的。海头站位置偏僻,交通不便,客流量有限,这些问题并不难预见。既然如此,对海头站启用后产生亏损就应有一定的承受力。如果连这点儿承受力都没有,那干脆别建就是了,为什么还要投入那么多资金来建这么一个高铁站?

不管是否出于自愿,既然高铁站已经建成了,就应尽快投入使用。建而不用,虽不会因运营而产生亏损,却造成了更大的损失。当地人丧失了本可拥有的交通便利,不菲的投资打了水漂。

不仅如此,这也有损于铁路部门的形象,影响当地政府的公

信力。海头站已建成七八年了,在这么长的时间,迟迟未启用就像一座赫然矗立的烂尾楼,一天天刺激着人们的视觉,引发某些负面的联想与评价。公共投资岂能这么投?公共工程岂能这么干?公共设施岂能这么建?

板子不能只打在铁路部门身上。相关报道显示,海头站是“应邀而设”的。铁路部门在增设这一站时,向当地提出了同步规划建设珠碧江大桥、实施站点周边综合开发等要求。种种迹象表明,当地政府在这方面做得不是很到位。这也给铁路部门提供了不启用海头站的“理由”。

无论如何,僵局不能再持续下去了。有关各方必须尽快协商出一个解决问题的办法,在规定时间内启用已建成多年的海头站。为此,上级有关部门应尽快介入,给有关各方提出硬性要求,并酌情提供必要的支持。

30分钟收300元 景区摆渡车载客还是宰客?

□观点

“月牙泉鸣沙山景区正门隔很远把路封了,让游客去景区东门停车场,到了之后发现要额外买景区摆渡车票”“30分钟车程收费300元,牛背山应该改名‘牛贵山’”……据报道,要进入某些景区,乘坐摆渡车几乎成为必选项,引起游客吐槽。

不坐车就不能抵达核心景点,景区又不允许私家车或公共交通工具进入,摆渡车实际上已沦为“捆绑消费”,成为门票“明降暗涨”的工具,这明显违背摆渡车项目的自愿原则和必要性原则。一些景区尝到摆渡车“盈利点”的甜头后,将游客中心与核心景点的距离越拉越远。有的景区从大门到游览景点的距离,动辄十几公里、几十公里,中间也不停车,游客进了“景区”却无法进行实质游览。

当下在社交平台上,那些免费而别致的景点往往获得更多关注。不愿意进设卡收费的景区,不愿意只是坐着摆渡车走马观花,日益成为新一代游客的共识。这些变化,都要求景区转变发展观念,探寻年轻人接受的盈利增长点,进而实现旅游业的高质量发展。

据中青评论

停车超时1分钟按1小时算? 明码标价不是乱收费挡箭牌

“难道超时1分钟就等于超时1小时吗?”近日,郑州的卢先生反映,自己与朋友在某地一家饭店用餐,将车停在地面停车场,驶出时超1小时但还不足61分钟,却被按2个小时收取25元的“高价”停车费,引发热议。停车场和相关管理部门回应称,此为社会经营性停车场,价格已备案且有公示,合规合法,属于正常的市场行为。

超过1分钟,按照1个小时收费,虽然不违规,但明显不公平、不合理。1分钟和1小时,一望而知的巨大差别,为何偏偏能混为一谈?对停车场而言,貌似只要做到“明码标价”,以小时计费,最后“化零为整”就成了名正言顺的事。但试问有多少车主会心甘情愿为此买单?

实际上,根据消费者权益保护法的规定,经营者不得以格式条款、通知、声明等方式,作出对消费者不公平、不合理的规定。超时1分钟,按照1个小时计费规定,明显减轻了经营方的责任,加重了消费者的责任,对消费者来讲不公平、不合理。据钱江晚报

电子小猪成新宠?好好吃饭是一节必修课

近日,“电子小猪”在各大视频平台悄悄走红,成了吃播界的“流量密码”。

所谓电子小猪,指的是网络上的一批“减肥博主”。她们通常体重较大,喊着自己“要减肥”,把体重数字标在主页最显眼的地方,却会在视频或直播时置之不顾,疯狂吃喝。

与人们传统认知中的吃播、探店博主不同的是,一部分电子小猪主打的不是吃得够香够好,而是吃得够丑。她们毫不避讳吧唧嘴的声音和不雅的吃相,努力展现出邋遢油腻的一面。有不少网友会将这些视频截图设为壁纸,通过提点自己“吃多了就是这个样子”,达到抑制食欲的效果。

有人靠做“电子小猪”飞速涨粉,赚得盆满钵满,但这样靠猎奇换来的流量是否真的能长久,显然要打上一个问号。纵观活跃在互联网上的电子小猪,她们一顿饭几乎能吃下正常人一整天进食的量,远远超过了普通

“饭量大”的范畴,这给身体健康带来的压力不言而喻——此前已有报道指出,暴饮暴食会导致急性胃扩张和胃穿孔,长期胃负重过重也会带来肥胖、代谢综合征、糖尿病和冠心病等问题。

在屏幕另一头,想拥有好身材的粉丝不去运动和健康饮食,却将减肥的希望寄托在靠电子小猪遏制食欲上,本身已经足够荒唐。更有少部分网友被灌注了满身戾气,对博主肆意进行身材羞辱。在电子小猪界,三位粉丝量最高的博评论区不乏“看到你就恶心”的尖锐声音。而在观众“边反胃边看”的持续关注中,这些浏览和评论最终都转化为流量,成了电子小猪“生意经”背后的金钱支持。

一边是过量进食甚至不惜付出健康的代价;一边是靠观看病态吃播来对抗正常的饥饿节律。无论是在博主还是粉丝身上,“好好吃饭”似乎都是一大难事。

“管理好身材才能管理好人生”“控制好体重才能控制好生

活”之类的论调由来已久,电子小猪们则通过夸张的进食表演,给观众持续输出“吃饭就会长胖,长胖就会变丑”的逻辑,直到将自己树成一个暴饮暴食的活靶子。

然而,须知一个人的食量大小、身材几何,与她是否美丽,根本就是毫不相关的概念。丰腴的身材同样是一种美,同样可以干净精致;就算没有出众的外貌,在自己热爱的领域闪闪发光也可以充满魅力。电子小猪靠扮丑吸引目光,无形中向观众传递了畸形的审美观。而被植入了“胖即原罪”这种底层逻辑后,一些网友认为不符合传统审美的博主“低人一等”,对她们生出种种恶意,也就不足为奇了。

说到底,电子小猪和她的观众看似背道而驰的两种行为模式,不过是身材焦虑的一体两面。而“电子小猪”这类吃播受到欢迎,也只是贩卖身材焦虑的另一种形式。在这一场表

演中,双方共同塑造、彼此依赖,却互相倾轧,到头来又有谁是真正的赢家呢?

美食应当是享受,而不是负累。然而,2020年,网红吃播“泡泡龙”去世、今年3月日本大胃王曾原初代罹患大肠癌去世;日前,广东一名15岁女孩“为爱节食”患上厌食症,去世时体重仅24.8公斤……此前已经有无数生命的逝去敲响了警钟,人与食物的关系,应该被重新审视。对此,视频平台有必要对无底线扮丑的猎奇吃播内容加强审核,持续优化推送机制,引导行业健康发展。

进一步讲,与其说好好吃饭是一节必修课,倒不如说健康审美观念的养成是一节必修课。要彻底让“胖瘦”与“美丑”脱钩,重新将定义美的主动权掌握在自己手里,还有赖于各方共同努力使社会观念得到长足进步。

据光明网

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

一元瓶装水分装卖十元? 音乐节不能趁“火”打劫

近日,天津某音乐节上商户将一元的矿泉水分装后卖出十元一杯的价格,引发网友热议,天津市监局表示会介入调查。大型体育、文娱等场地或场馆内大多禁止观众携带食品饮料等物品,为的是避免出现安全事故、群体事件,威胁场馆安全和秩序。然而,音乐节不让带水,还溢价数倍售卖,如此吃相难看的霸王条款,难道就合理吗?

场馆摊位之所以能够对商品随意定价,是因为经营者占有活动场地相对封闭、供应商范围限定的特殊优势,可以形成饮用水供应垄断,从而将观众置于被迫购买的境地。观众无奈接受商户的漫天要价。另外,不排除部分主办方故意抛出高租金的摊位,迫使商户抬高商品价格,甚至与商户合谋赚取暴利的情况,进而催生出损害消费者权益的价格乱象。音乐节虽火,但不能趁“火”打劫,破解音乐节“价格刺客”这道题目,还需要多方发力。据正观黄河