

察者看台

“高温险”是珍惜生命的清醒剂

李云勇

炎炎夏日，某保险公司联手另一家公司推出了新版“高温险”，一周保费3元，全国97个城市的市民可以投保，气温超过“理赔温度”，投保者就可每天可获赔5元，一周最高可获赔35元，每人每周保额最高为350元。各地理赔温度不一，如上海和南昌的理赔温度为38℃以上，重庆的理赔温度则要40℃以上，福州的要39℃以上。

“高温险”不算新鲜事物，数年前就有了。保险公司推出“高温险”，就算是亏了，也亏不了多少，总体可控也可赔得起。实际上，保险公司做过严格的可行性和不可行性分析，理赔温度又设定超高，事实证明，“高温险”应该不会亏。

所以说，我们没有必要热捧“高温险”，倒是它给我们提了个醒，保险公司

司关注的是赚钱，赚得到，赔得起，我们怎么办？高温来了，我们能赔命吗？我们赔得起吗？我们要有应对高温的良好措施！

防暑设备咋样？比如作为企业，要把高温费及时发放外，更要关注好防暑设备的投入，为广大员工防暑降温创造良好条件。7月24日，某企业工会认真统计各基层部门冰柜等情况，要求下属单位尽快如实填报，没有的要补充，坏了的要及时修好，要及时让员工吃上盐汽水等防暑降温物品。

防暑药品咋样？炎炎酷暑，作为家庭要必备一些防暑药品。作为单位，更要统筹安排，如很多基层单位按人头落实，每人配发了藿香正气水、风油精等，班组配发凉茶、豆沙，指定专人负责；如果是出去野外高空作业，必须另

外准备正气水、盐汽水等物资。总之，既要让员工个人有防暑准备，单位更得随时抓好相关防暑准备。

防暑知识咋样？这个真不是小问题。近日江苏镇江75岁老人家中死亡，空调却被调为制热模式，推测为死于中暑；60岁的王大伯将藿香正气水与头孢同时服用，引起乙醛中毒；有人在外高温作业，中暑死亡；一些中小學生为消暑下水游泳溺亡。生命宝贵，传授防暑技能岂能马虎？

生命对于人只有一次，每一条生命都是宝贵的。高温来了，生命赔不起，期望稀里糊涂的死亡悲剧不再上演！但愿“高温险”能成为警示珍惜生命的清醒剂，提醒我们把防暑工作做细做实，各个环节都不能马虎，才能为保护生命筑起一道良好的防护网。

世相观点

尽孝要学会有的放矢

唐胜一

有位朋友向笔者吐苦水，说他孝顺母亲不仅没讨到好，反而受到母亲的数落和抱怨。他带着母亲外出旅游，母亲满脸的疲惫数落他：“你钱没地方花了是不？看看那都要钱，还累死人，真是用钱买罪受！”母亲总是宅在家里，他担心寂寞，便请来左邻右舍陪娘老子唠唠嗑、打打牌，母亲却不高兴，背着人生他的气：“你安什么心啊？叫来这些人，吵吵闹闹没个歇，还让人安静不？”

站在朋友的角度，我很同情，至少他是心怀孝顺才这么做。但换成他母亲的角色，恐怕同样不会领情，因为对这样孝顺的方式不满意嘛。她不喜欢外出旅游，也不喜欢人多热闹，偏偏儿子强加于人，她老人家能不反感？所以，在这里，笔者要强调的是——尽孝不能用钱的多寡来衡量，而是要将老人的满意度作为标尺，读懂老人的心思，用老人乐于接受的方式行孝，做老人满意之事。切不可强迫老人的思维与自己同步，乃至做出“事与愿违”的傻事来，而后还抱怨老人是有福不晓得享。

作为晚辈后生，要在日常生活中多观察了解老人的思想情绪，掌握其生活习性 & 精神需求，再有的放矢地行孝，定能起到事半功倍的奇效。而现今恰恰是晚辈不去研究老人，凭借自



我的意识去强迫老人接受，总以为在老人身上舍得花钱和多用钱就是孝顺。否则，别的都不是。试问：现今老人还有几多人在愁吃愁穿吗？老人除了老有所依，还有老有所乐呢！随着社会的文明进步，现今老人的观念也新潮，也追求一些精神享受。因此，仅仅愿为老人花钱就是尽孝的观念已落伍。晚辈后生孝顺老人，务必“投其所好”，让老人真心满意，才算尽到了责

任。比如，有的老人喜动不喜静，也有喜静不喜动的，晚辈后生就要区别对待，不能一概而论。

当然，孝顺老人是天经地义的事。然而，作为老人，既要安享晚年尽可能多地得到满足，同时还要体贴晚辈观念上的差异，遇事多沟通商量，争取双方满意。唯此，儿女尽孝便会贴心贴肺，老人的晚年生活才会有滋有味。

今日谈

期待博物馆能错时延时开放

印荣生

随着时代的进步，人们的精神生活需求也日益提高。为顺应这种变化，在北京、上海、广州、深圳、杭州、青岛等大中城市，出现了不少24小时不打烊书店。公共图书馆也普遍实现了夜间开放，成都图书馆实行的就是三班倒制。虽然这些书店、图书馆的运行成本比朝九晚五制高得多，管理难度也要大些。但因其“随时可来”的人性化制度设置，深受读者欢迎。

这些年，人们对于博物馆错时、延时开放的呼声日高。这是市民正当的文化诉求，管理方创造条件，满足市民需求，是责任所在。

博物馆是供人观赏和研究的，它

是一座城市最直观的历史、文化“胎记”。闲暇时间，人们可以由此穿越时光隧道，走进历史，开启心智，感悟人生，会令人轻松而惬意。它是提升市民文化内涵和精神气质的重要场所，人们甚至将它视为“朝圣”之地。

遗憾的是，许多博物馆实行的多为朝九晚五工作制，结果是“你上班，我开门；你下班，我打烊”，现成的“精神富矿”也因此被浪费，着实可惜。这个问题之所以得不到解决，最主要的原因是一些公共服务单位在服务理念和手段上，还没有与公众的文化需求“对标”。

与书店等场所不同，博物馆的馆藏更为珍贵，有的还是国宝，错时、延

时开放，对其安全性，会带来一些挑战。但如果还没天黑就“铁将军”把门，岂不因噎废食？可以肯定，只要在管理上多下功夫，办法总会比困难多。

事实上，不少城市在元旦、春节等重大节假日，向市民免费和延时开放博物馆，也成为一种普遍现象。一些世界知名博物馆，均有在双休日或特定日子延长开放时间的制度。这里面都有值得借鉴的经验。

博物馆错时、延时开放，实行文化服务与需求的精准“对标”，是扩大公共文化资源共享面，实现社会效益最大化的必然要求，也是人文城市应有的内在品质。

热点发声

电商快递大战不能为战而战



最近电商物流的新闻比天气还热，继天天、百世被京东封杀之后，圆通、中国邮政、德邦等也未逃厄运，被排除在京东平台之外。这一两年来，快递行业时常成为新闻焦点，各种厮杀让这个行业颇受关注和争议。由于快递已成为居民日常生活不可或缺的服务，所以行业的风吹草动都牵动公众的心。

1、在市场经济下，商家和用户都有自由选择的权利，强迫商家只能用某家物流，涉嫌在自己的平台上制造横沟壑壑，不仅是对消费者权益的侵犯，也无视商家和快递的合作协议，违背了契约精神。

对于物流行业来说，也是由于充分的市场竞争，才造就了这些如今体量巨大的物流公司。当前，物流行业也面临着转型升级的迫切需求，需要企业减少内耗，把目光放长远，把未来的蛋糕做大，而非只顾埋头争食有限的市场，甚至吃相难看。为了未来的全行业发展，平台企业应该尽可能放弃门户之争，寻求服务最大公约数。让权力的归权力，市场的归市场。

——评论员 张天藩

2、现代商业市场竞争毕竟不是“黑道”江湖。首先，要讲法，法治国家凡事都要依法，野心再大也大不过法律，违法的事情不能干，否则最后玩的是自己。其次，现代商业竞争要讲企业责任和企业形象，有悖主流价值观的事情不能干，有损消费者权益的事情不能干，任性不讲理的事情不能干。国家邮政局说企业要“讲政治，顾大局，寻求解决问题的最大公约数；切实维护市场秩序和消费者合法权益。”这话切切实实代表了主流价值观。

商场如战场，“战”是商业竞争的常态，所以我们会时常看到电商与快递的大战，但是“战”也要讲道理。为战而战，为任性而挑起战火，第一局就先输了。

——评论员 叶 泉

说道说道

1、7月18日，南昌市13路公交车起火，纵火男子丧生，其他30名乘客安然无恙。驾驶员邓红英因提前疏散乘客，沉着应对，被所在公交集团奖励10万元，授予“功勋驾驶员”荣誉称号，还破格提拔为车队副队长。24日，邓红英表示：“10万元对我来说是一笔大数目，但是我不需要，我准备把钱捐出去”。

平凡未必不会伟大，平凡的伟大者更值得尊重。邓红英可能有比较传统的“英雄情结”，她或许觉得英雄应该无私，应做一些表率性的事情。尽管她并不宽裕，仍然想把10万元奖金捐出去。这样的想法不能以对和不对来评价。只能说，当今社会更尊重人们的“私权利”，不会苛求任何人“无私”，更不会将英雄架到“神坛”之上。这是观念进步的结果，是尊重人性的体现。

——评论员 蒋 萌

2、即将在8月11日、13日召开出道四周年演唱会的TFBOYS，却因演唱会需“抢码购票”而引起大量粉丝不满。据悉，无论购买哪个档次的演唱会门票，都需先缴纳300元成为TF家族的高级会员，才有机会抢码，获得购票资格。

这无疑创造了明星暴利的新模式，如果“抢码购票”的粉丝以3万人计算，每人花费300元，短期内就能有900万元进账，而且有粉丝说，“事实上抢码的人数远不止这些，还有不少粉丝为了能多拥有一次抢码机会花费了600元，最终公司赚得盆满钵满，我们却什么都没得到。”让人担忧的是，“抢码购票”的方式一旦被更多的明星效仿，“恐怕会孵化出一条由演唱会主办方控制的新型黄牛票利益链。”“抢码购票”显然是有悖公平交易、破坏市场秩序的一种恶劣的示范。

——评论员 钱凤伟