

察者看台

希望人人参与“光瓶行动”

■唐胜一



5月9日至15日，是全国城市节水宣传周。笔者作为一名供水人，节水宣传有义不容辞的责任。

首先，与大家分享一则新闻。据报道，北京市每年会议瓶装水超过1200万瓶，以10%的浪费率估算，仅北京一年便浪费100多万瓶“半瓶水”。为此，北京市于4月下旬正式启动了“光瓶行动”，要求党政机关、事业单位、会议会展、宾馆酒店等瓶装饮用水使用重点场所，务必带头开展“光瓶行动”，杜绝水资源的浪费现象。

其次，讲讲一位自来水公司经理的节水点滴。笔者曾经与这位经

理一起外出，期间，他的节水行为确实让我受教育。在车站候车时，我们买了瓶水喝，听到所乘车次开始进站的广播，我赶紧向进站口走去。经理对我说：“这瓶水是你的，没喝完，带着车上喝吧。”我回过

来一看，经理的另一只手上还拿着他自己没有喝完的半瓶水呢。宾馆里，我与经理同住一个双人间。我洗完澡出来，经理就问：“洗了这么久，全是淋浴吧？”我点过头后，他说我：“我们是供水人，应该处处做节水的践行者。住宾馆洗澡，可以先在浅水浴缸里洗，再短时间地用淋浴冲洗，能节约不少用水的。”

最后，再说说我家的节水习惯。其实，笔者的夫人在乡下就养成了节水习惯，进了城用上自来水仍然习惯不改：淘米水再做洗碗水用，洗碗水还能冲厕所；洗菜水再用来浇灌所养的花草植物；洗衣的漂洗水，再用做

拖洗房地面；洗衣，能手洗的手洗，尽量减少机洗；能少放洗涤剂的就少放，尽量减少漂洗水。从而做到一水多用，循环用水，节水效果明显。

一些人认为“水是取之不尽，用之不竭”的，其实，这是一种认知的错误。放眼全球，还有80多个国家正面临着水危机，我们国家也排在水资源紧缺之列，我国水资源拥有仅为世界平均的1/4。所以，保护珍惜水资源，做到节约用水，刻不容缓。北京市开启了“光瓶行动”，全国各地要是都向北京看齐，加入到“光瓶行动”中来。“光瓶行动”一方面可以要求使用者喝完或者带走，另一方面可以由提供者将“半瓶水”收集起来用于浇花等别的用途，原则就是不浪费。我们要是号召全社会开展“光瓶行动”，让光瓶行为成为每个人的自觉习惯，定将促进全社会节水意识的显著增强。

“光瓶行动”仅仅是节水形式之一，还有多种多样的节水形式，比如家庭节水、社区节水、公共建筑节水、企业节水等。我们要积极营造节水的良好氛围，形成人人节水、处处节水的好风气，保护人们赖以生存的环境，建成绿色生态文明城市。

新闻漫话

用社会化养老纾解“粘小”症

■李晓玲



最近在社交媒体上出现关于“父母‘粘小’”话题的讨论。所谓“粘小”，是指人过中年的父母开始“反向依赖”，越来越粘着孩子，在情感上、心理上、身体上都依恋孩子，甚

至干预孩子择业择偶。“粘小”症的形成，与当今社会家庭结构的变化息息相关。初步测算，我国独生子女数量近2亿，最早一批出生的独生子女现在已过不惑之年，而他们的父母都已是花甲老人。

父母渐老，孩子还小，中国第一代独生子女的赡养危机渐渐到来，尤其对“双独”的家庭来说，照料老人的压力更大。

父母“粘小”、独生子女“压力山大”，折射出普遍性的养老难题。当家庭养老功能日趋弱化，社会养老体系就应及时补强，这需要政府、社会、家

庭等各方合力配合，从政策、理念、规划等层面多管齐下。比如，大力发展普惠养老产业，积极布设各种层次和不同渠道的养老机构与设施，完善社区服务功能和护工管理机制，推广居家养老，关注老年人精神生活，保障职工探亲假和护理假等。父母们也要从根本上转变亲子观念，适时切断连接亲子两代人的“心理脐带”，不把所有希望寄托到子女身上，学会独立自主地安排好自己的晚年生活。

纾解“粘小”症，社会化养老无疑是“最优解”。加强社会养老保障，不仅会让老年人提高生命质量、安享幸福晚年，也将更限度地解放“独生代”和“新生代”的社会生产力，促进社会健康和谐发展。

有话就说

对选秀链条畸变，该出手时就出手

■张漫子

近日，“为偶像打投倒牛奶”的视频引发舆论谴责，这一方面反映出公众对日渐畸形的“饭圈”文化的误解，另一方面也表达出公众对这种逐利抛弃底线的无良行为的反感。

“销售商品—粉丝投票—偶像出道”，这一诱导消费的打投机制，让各路粉丝陷入畸形的囤票竞争中，于是便有了倾倒大量牛奶的罕见之景。最终，偶像出道与否不得而知，但从青少年粉丝中攫取的巨额利益早已落进相关方的口袋。

如今，在有的节目组、赞助商、

资方、平台等联手诱导下，一些青少年粉丝被带入吸金陷阱。“不为偶像氪金就不配当粉丝”“你心爱的偶像需要你用实际行动（投票打榜）证明你的爱”……在不断花样翻新的诱导机制下，原本以选手才艺比拼作为甄选规则的偶像出道，如今沦为粉丝间氪金的较量。

近年来，随着国内选秀节目的兴起，不少青少年粉丝为还没有代表作的偶像选手“集资”助其出道，他们不仅购买周边、应援、控评，还要不断地做数据、购买大量偶像代言的商品。

选秀链条的畸变传递，让越来越多的青少年及其家长无所适从。一些家长担忧“倒奶式”追星，带偏的不仅是青少年的消费观、金钱观，也误导了他们的价值观、道德观。对这种不良行为，该动一动“手术刀”了。

各方都期待一个回归理性、弘扬正能量的文娱模式。制作方、平台等相关方不应被眼下的利益遮蔽长远发展的视野，要多花些心思在节目内容的创新创意上；偶像不依靠粉丝打榜，而靠自身才艺就能出道；优质商品不会以捆绑销售、制造浪费达到销量目标。

世相浅见

1.近日召开的2021年云南旅游市场工作情况专题新闻发布会透露，自2019年5月推行“30天无理由退货”以来，截至今年4月29日，云南省已为游客成功办理退货17494起，退款1.22亿元。“30天无理由退货”已成为诚信云南新标志和云南旅游新品牌。

点评：推行“30天无理由退货”的根本意义在于，向游客提供了较长时间的后悔权或救济权，提供了兜底的诚信保障和权益保障，给游客创造了“安全购”“放心购”环境，有助于提升游客的消费体验。同时，也能倒逼商家、旅行社、导游等经营服务主体增强自律意识，规范旅游营销行为、服务行为。“30天无理由退货”既对游客有益，也对当地的旅游业有益，可以实现多赢。当然，“30天无理由退货”行动还有进一步提升的空间。面对游客的退货，当地不能只满足于简单“收货”，而是应该针对游客的退货进行反思，找出游客退货的主观原因和客观原因。

2.5月6日，贵州茅台发布招聘启事，招聘335人。据悉，茅台将以笔试成绩从高分至低分对应聘者分别进行排序，确定入围体能测试人员。体能测试项目为男子1000米跑、女子800米跑，成绩4分30秒以内判定为合格。

点评：招员工与跑步看似风马牛不相及，但其中却蕴含着企业自身的人才选拔理念。况且，判定合格的成绩要求并不高，因而嘲讽之言大可不必。首先，要求并不高，在招聘中设置这一体能测试项目，不算强人所难。其次，根据茅台相关工作人员回应“此次招聘为生产岗位，对体能要求比较高”，可见在招聘中进行体能测试也是有针对性的选人举措。再次，企业在人员招聘时有根据企业理念、定位、用人需求等个性化设置相应条件与考核项目的自由，只要这些条件和考核项目不违反公序良俗及涉嫌歧视，就没有问题。

3.一天工作12小时，工作内容与专业无关，不实习或实习期没满没有毕业证……近日，媒体曝光的“江苏省盐城技师学院强迫学生到指定工厂实习，否则就不给发毕业证”一事，让“学生工”这个老话题重新回到公众视野。

点评：实习是职业教育不可或缺的重要环节，目的在于有效补充课堂传授书本知识的不足，核心在服务于人才的培养。若被异化成校方盘剥学生的借口，使得校企合作变“校企交易”，难免有失本意。它不仅不利于学生发展，也影响了学校的形象和口碑。要让学生实习真正回归教学初衷。坚决斩断职校实习背后的利益链条，杜绝学校向劳务中介机构或企业“倒卖”学生行为，劳动监察部门要加强执法，保护好实习生的权益；学校和企业都要提高法治意识，在保障好学生权益的同时，不断提高实习的质量，让学生在产教融合和工学结合的实际劳动中增长才干、提升技能。

综合新华网、人民网

今日论坛

要让客服更有温度

■申少铁

近年来，随着互联网和人工智能技术的发展，越来越多的企业开始使用电子客服取代人工客服。相比人工客服，电子客服不需要人力，还可以做到随问随答，有效降低了企业成本，有利于提升服务效率。然而，有些企业在使用电子客服后，相应的管理跟不上，无法有效解决问题，影响了消费者体验。

打客服电话，机器人只会按照程序进行提示，往往没有用户想要的信息，转人工客服则需要排队；选择在线咨询，所谓的人工智能客服只会机械问答，转人工客服却不一定在线……如此种种现象说明，缺乏管理的电子客服不仅不能解决问题，反而让咨询者心里更添堵。

客服是对人的服务，还应考虑不同人群的需求。年轻人学习能力强，容易接触新事物，能很快接受电子客服。而一些老年人由于各方面的原因，未必能快速接受电子客服，很多时候离不开人工客服。因此，企业在应用电子客服的同时，应在显著的地方设置人工客服，方便老年人轻松找到。

还要加强监管，才能切实维护消费者的权益。消费者权益保护法明确规定，消费者享有知悉商品真实情况的权利、对商品和服务进行监督的权利等。一些商家隐藏客服栏、取消客服等行为，在某种程度上侵害了消费者的知悉真情权和监督批评权。对此，应多措并举、强化监管，该处罚的严肃处理，该整改的及时整改。

服务是一门艺术。优化管理、提升服务，努力让客服更有温度，才能更好服务广大消费者，同时让企业发展受益。