

非常视点

被新闻联播里的
爱情打动就对了

乔杉

2月10日《新闻联播》的“新春走基层”栏目记录了春节期间铁路上发生的一个真实的爱情故事。准备求婚的男孩把戒指和食盒匆忙塞给女孩，什么都还没来得及及开口就要分别。男孩在站台上冲着车上的女孩挥手，却说不出话来，女孩在车厢里看着男孩塞给自己的东西，低头抹去泪水，配乐放着《因为爱情》……

这个故事名叫《相约在零点37分》，记录了春节期间两名坚守在各自工作岗位上的铁路工作者，仅有的短暂的1分52秒的相聚时间。很多人评价：没想到看《新闻联播》也能哭得稀里哗啦。“新闻联播里的爱情”，为何打动很多人？最关键的一点，恐怕还是可亲可近。

对于爱情，应该没有人陌生。几乎没有人不向往拥有一段美好的爱情，可是很多人对爱情的美好向往，大多是看来的听来的，是经过别人加工而来的。同样一个风景，实地看到的和在照片中看到的大不一样，这就是角度选择的问题。很多“别人的爱情故事”充满着太多的想象与虚构，很多人的爱情向往更是经由现代影视剧训练而来的，更是存在着严重失真。

很难说爱情到底应该有什么样的呈现，爱情也不应该有标准照，但大多数人的爱情，绝对不是影视剧里呈现的。爱情可以想象，也应该想象，但有些爱情也只适合想象，不会落到地面上的。不仅是这些美好的爱情故事，就连大量影视剧呈现的狗血故事，也不是爱情的常态。

每一次相遇都是久别重逢，每一次久别重逢都是时光匆匆。在视频中，男孩和女孩都反复讲了工作，都讲自己喜欢这份工作，也知道对方喜欢这份工作。短暂的相聚，不是因为心不思念，而是因为工作的缘故只能如此。如果没有敬业打底，这则爱情故事可能也就“泯然于众人”。很多美好的爱情，都如这则“新闻联播里的爱情”，不是因为爱情而放弃所有，而是因为困难而放弃爱情。

有网友说，类似的爱情故事，在铁路上还有很多。诚哉斯言。其实，何止于铁路，在每个行业都是大量存在。不仅是热恋男女，就连跨过一个阶段的夫妻，也有大量类似故事。有一位同事，热恋时总是聚少离多，现在走到一起，有了孩子，由于工作关系，也是经常到深夜才回家。一段时间工作特别忙，每天与家人在星光和晨光中擦肩而过。在单位年会上，这位同事讲道，已经好长时间没给妻子一个拥抱，没听到孩子喊一声“爸爸”时，他哭了，所有人也哭了。

“新闻联播里的爱情”具有走心美。很多人的爱情，正像这两名铁路工作者，没有什么海誓山盟，只有行胜于言；没有什么海枯石烂，只有平平淡淡。真实的爱情，总是与工作学习生活联系在一起的，有挑战就去面对，而不是去抱怨去放弃。“新闻联播里的爱情”，既有爱情之美，也有敬业之美，叠加到一起，不仅没有削弱，而且起到了叠加效果。与其说人们被“新闻联播里的爱情”打动，倒不如说人们被自己打动，被看似普遍其实珍贵的真善美打动。

这则爱情故事也给当前的文艺创作带来了启示。爱情是文艺创作的永恒主题，但看看现在的文艺创作，特别是影视剧，要么是过于光怪陆离让人不敢追求爱情，要么是过于一地鸡毛让人不再相信爱情。这种现象的出现，既有创造导向的问题，也有价值导向的问题，还反映着很多文艺创作者根本不懂市场，根本不懂大众审美需求。正能量一样有含金量，聚焦真实的生活、真实的爱情，拍好了一样会有市场，这已然被无数次证明。

被“新闻联播里的爱情”打动就对了。这是真实的爱情，是大多数人的爱情，能被这样的爱情打动，说明我们已经懂得什么才叫爱情、什么才叫相信爱情。

来信

农家乐既需要特色
更离不开管理

袁斗成

春节期间，笔者和几位朋友相约去一个乡村景区旅游，中午时分到附近的一间农家乐就餐。由于现在是淡季，那家农家乐生意冷清，价格特别高昂，卫生条件也不尽如人意，让我们难以接受。本来是到美丽乡村品味乡土人情、地道的家常美食，没想到却吃了一肚子火。

有关部门培育乡村特色旅游，农家乐是“吃喝玩乐游”的重要环节，要注重村民经营服务观念的改变。一方面要进行相应培训，帮助农民提升发展乡村休闲旅游产业中的管理、营销、经营方面的能力，也要搭建采摘节、美食节等平台，提高乡村旅游的附加值。另一方面，职能部门要强化监管，在农家乐推广“明厨亮灶”、明码标价、退出机制等管理细则，并疏通游客的投诉、举报等通道，全面维护乡村旅游与农家乐品质，吸引更多的“回头客”方能长远发展。

消费增长正成为中国经济重要推动力

本报特约评论员

今日社评

春节不仅是中国人合家团圆的喜庆日子，也是百姓最舍得花钱的日子。商务部公布的数据显示，在刚刚过去的农历除夕至正月初六这段期间，全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元，比去年春节假期增长8.5%。

春节消费额超过1万亿元，这是一个激动人心的数据。中国经济增长的最终目标，是为了让人民过上美好生活，而人民过上美好生活的一个重要标志就是舍得花钱，花得起钱。最近几年，随着我国经济增长模式的转变，我国经济增长有所下降，舆论最为担心的就是民众的生活质量可能会出现下降。但春节期间出现的消费高峰生动地表明，这种担忧在很大程度上是不符合实际情况的，更明显的事实是，随着供给侧结构性改革的不断推进，我国国内市场正在逐渐兴旺起来，表现在GDP构成上就是消费占比不断提高，已经接近发达国家的水平，成为我国经济高质量发展的重要推动力。

国内消费市场出现的这种积极变化，主要在于在几年来经济转型的进程中，各级政府面对经济运行中的暂时困难，推进

尽管春节消费增长的势头喜人，但春节历来是民众消费的一个高峰，这就需要我们以冷静的头脑来看待目前的经济走势，以更积极的行动来推进企业的自主创新，推进对企业的减税降费，积极提高民众就业率，促进民众收入增加，为消费市场的稳健增长提供可靠后盾。

了两方面的工作。一方面，积极推进企业的自主创新，以满足民众不断增长的高质量消费需求。近年来，越来越多的企业投入到了自主创新，大量智能家电、新型数码产品等受到了消费者的青睐。另外，随着中国更积极地融入国际市场，加大对国外新型民用消费品的引进，也使国内消费需求得到了很大的满足。

另一方面，面对经济增速出现下行的不利局面，政府从财政政策和货币政策两方面入手对企业给予政策支持，稳定就业市场。在财政政策方面持续推进减税降费，减轻企业负担，在货币政策方面持续推进定向降准，仅去年一年就连续4次定向降准，今年年初又推出了幅度较大的全面降准，保证了企业能够得到及时的金融

支持。在这同时，政府又在提高民众收入方面做了大量工作，特别是在去年底推出的个税改革中，不仅提高了起征点，而且第一次推出了专项扣除措施，使民众享受到了看得见的减税实惠，这对于今年春节消费市场走高起到了重要作用。

正是这种持续的改进措施，使我国的消费市场保持了顺畅和兴旺，在国内和国际经济走势不确定因素增加的情况下，成功地实现了推进国内经济增长的引擎从以前的投资扩张向以消费增长为龙头的方向转换，经济增长的成果开始更多地由人民群众所获得，经济增长的模式也由此更健康。

当然，就目前来说，我国经济运行中的各种不确定因素依然存在，有的不确定

纵深话题

春节加收“服务费” 宽容不能纵容

郑桂灵

叫个车、寄份快递、出去吃顿饭……春节期间，很多人发现平日习以为常的各种消费，可能要加收一定的服务费。涨价固然意味着消费者要多掏银子，也会令部分人感到“肉痛”。不过，针对这种“明码标价”式的涨价，不少人表现出了理解和宽容。(2月11日《人民日报》)

近年来，部分服务性行业在春节期间加收服务费的现象已几成常态，比如快递业、网约车、餐厅等。尽管人们对这种所谓“春节模式”经营表现出了一定的理解与宽容，但企盼加强监管、规避乱象的呼声仍不绝于耳。人们普遍认为，对春节消费加收“服务费”的行为，需要有赖以遵循的尺度、幅度与法度。

加收“服务费”，说白了，就是商家借新春佳节的民俗提高服务价格。对此，不少消费者给予了一定程度的理解与包容：过年了，店里人手减少、工资增加，加上天气寒冷、原材料成本提升，坚持开店的商家本来就不容易，店员也很辛苦，加收适量的“服务费”无可厚非。这既彰显出对坚持节日服务的劳动者付出的肯定和尊重，同时也是市场价值规律主动调节和适应市场需求的必然结果，当具有一定的合理性。

不过，正如凡事皆有度的道理一样，“春节式涨价”可以宽容，但不能纵容，需要在政府部门有效监管下的规范有序。比如，坚持对加收“服务费”行为的公开透

明和明码标价，不搞“布袋买猫”或含糊其辞，让老百姓明明白白消费；可为各行业的加收“服务费”行为限定幅度、拟制标准、划出底线，谨防不良商家借春节消费漫天要价、坑蒙宰客。

相较于加收“服务费”的消费涨价，人们更关心春节期间的消费服务质量不打折、数量不缩水。比如春节能不能及时打到车，服务质量好不好。按照一般性的消费者心理推测，在气候寒冷、人手不足和成本增加的春节语境下，商家会以简化程序、偷工减料、以次充好等不正当手段，大行“萝卜快了不洗泥”的潜规则，让“春节不打烊”的宣传噱头沦为“质量不咋样”的忽悠消费者。尤其是餐饮服务行业

更需确保菜品的质优量足。

春节是国人辞旧迎新、孝亲敬老和举家团圆的喜庆日子，人们感谢春节期间那些舍弃小家、服务大家、不辞劳苦、乐于奉献的岗位坚守者。春节消费可以成为商家加收“服务费”的盈利机遇，但绝不能让其成为价码飞涨、质量下滑、缺斤短两的坑蒙借口。

对此，政府监管部门也要相应实施“春节模式”，确保履职到位、无缝监管，敢于对欺行霸市、哄抬物价的违章经营行为依法处置。广大消费者也要摒弃多一事不如少一事的怕麻烦心理，勇于监督、主动举报，积极配合和参与春节期间服务行业消费市场的管理与整治。

一种说法

商家缺斤短两被行拘一点也不冤

据三亚旅游警察支队通报，2月8日21时许，旅游警察支队接警台接到一名游客报警称，其2月8日在三亚市天涯区海坡二横巷三亚凤凰屏屏海鲜店吃饭时被诈骗。经调查，该店店长苏某平、员工徐某更为获取不当利益，通过在电子秤上“动手脚”增加海鲜重量诈骗客人745元，同时二人还承认之前多次采取同样手段诈骗他人钱财的违法事实。三亚市公安局依法对徐某更、苏某平二人处以行政拘留15日，并处罚金1000元。

在很多人的印象中，一些不法商贩在销售商品时总是会在秤上做手脚，通过缺斤短两的方式牟取不当利益。在大多数人已经对此现象见怪不怪的背景下，三亚公安机关的严厉处罚显得格外耀眼，甚至有观点认为其属于市场经营过程中产生的民事纠纷，应当通过协商、投诉、诉讼等方式解决，不该上升到行政拘留的程度。

其实，这种观点虽然有一定的市场，却在情理和法理上都站不住脚。要知道，诚实守信是现代市场经济的基本精神，是交易主体应遵循的基本原则，失信者应受到惩戒是市场经济得以有序运行的基本前提。同时，民事、行政和刑事之间没有绝对泾渭分明的界限，所有行政责任和刑事责任都有民事责任的基础，这是一个从量变到质变的过程。也就是说，通常而言



的消费领域的欺诈在特定情形下已经突破了普通民事主体间的纠纷，进而上升到违反法律乃至刑事犯罪的严重程度。

此外，判断一个行为的性质、情节及社会危害程度，除考虑到涉案金额外，还需要综合考量行为人是否具有“前科”、行为的地点、行为人的主观恶性、是否认识

到错误、是否及时弥补损失等因素，进而得出结论。一般来说，欺诈经营中商家的主观恶性不大，如商家未尽到注意义务，导致销售的食品超过保质期或者销售假冒伪劣产品。

具体到三亚这起通过电子秤上“动手脚”增加海鲜重量诈骗客人745元的事

史春楚

件上，这看似是商家的欺诈经营，实则就是隐瞒真相和虚构事实的诈骗。因为，涉案行为人的主观恶性非常大，即其是明知而为之，故意通过“秤上”“动手脚”来诈骗顾客钱财。这种行为的性质与不法分子在交易时调换商品和用真币调换假币的做法没有本质区别，均远远超出了民事纠纷的范畴，是赤裸裸的治安违法乃至刑事犯罪。

值得注意的是，三亚这起事件中，涉事行为有多次采取同样手段诈骗他人钱财的“前科”，说明其主观恶性非常大。加之在三亚屡屡陷入“宰客风波”，备受公众关注的大背景下，涉事人依然顶风作案，未见其对商业伦理、法律法规的藐视、抵制、对抗态度。那么，综合考量各种主观因素，对涉事行为人施以治安管理处罚完全合乎情理、法理，一点也不违和。

进一步而言，这样的处理并不是太多，而是太少，才显得如此处理有些过重。相关部门理当引以为戒，不以恶小而纵容，从严治理欺诈宰客行为，如除拘留罚款外，还可将宰客商家列入失信名单，甚至在外挂上“红牌”，让商家有所顾忌，不至于视诚信为无物，肆意欺客宰客。如此才能让人们享受到规范有序、诚信至上的消费环境，不至于步步惊心，总是担心受到欺诈。

漫画/陈彬

让“零火情”“零伤情”成为过年的常态

潘璠

了解、理解、遵守和支持。

今天的变化其实也是经历了一个长期曲折过程的结果。北京曾经是全国最早实施禁放的城市。早在1993年，市人大就通过并实施了《禁止燃放烟花爆竹的规定》，明确在当时的城区内禁止燃放烟花爆竹。虽然此项法规出台之前，曾在全社会广泛征求意见，且民调显示绝大多数人对此持赞同态度，但随着时间的推移，违反禁放规定的现象越来越多，且呼吁禁放的声音越来越成为主流民意。以致到了2005年，市人大审议通过《北京市烟花爆竹安全管理条例》，实施“禁改限”，规定本市五环路以内地区为限放烟花爆竹地区，但在规定时限以外燃放的现象依然防不胜防。

虽然燃放烟花爆竹是延续多年的习俗和传统，但因为改革开放提高了民众的收入及生活水平，所以“禁改限”以后燃放的规模、范围、时间，以及由此带来的污染和噪音，也不断传出有史以来的新纪录。燃放虽然给相当一部分人带来

了愉悦，但也给很多人带来痛苦乃至伤害。在这样的背景下，加之环保理念愈来愈深入人心，反对燃放又再次成为主流民意，不仅使“禁改限”改为“限改禁”顺理成章，也使新规得到绝大多数人的赞同和自觉遵守。

那么，“禁放”的路上会否再次出现反复？短期内似乎不会。其一，五环内的“零火情”和“零伤情”是形成广泛共识的漏网；其二，即使在五环外，燃放现象及由此带来的伤情、警情、火情和污染也都有所下降；其三，北京以外，很多禁放、限放城市，状况也都有明显改观。如杭州市除夕清扫的燃放垃圾仅1.5吨，而去年是7.55吨，2011年是210吨。这些变化表明，在全国和全民范围内，共识正在形成，并在转化为行动。

而历史的经验值得注意，再次出现反复的可能性也不是没有。即使在目前，支持燃放的声音也并非没有市场。如当下网上也有声音认为，一年就这几天能有多

大影响；飞机、火车、菜刀还不安全呢，你能不用吗？而随着时间的推移，这样的声音也未必不会获得更多的支持。

所以，要使“零火情”“零伤情”成为过年的常态，还需要坚持不懈的努力。一是要巩固禁放成果，防止反弹。在禁放区加强检查，适时适当扩大禁放的区域。二是要加强宣传引导，达成共识。乘火车、汽车是生活必需，发生事故是小概率事件，且可以逐步降低事故；而燃放并非生活之必需，且只要燃放，污染和噪音乃至伤情，就是必然或大概率事件。三是从源头入手，减少生产和销售。逐步减少烟花爆竹生产厂家，减少销售网点，并鼓励和督促生产单位改进工艺，尽可能提高安全性，降低污染和噪音程度。



下载北京头条App
让现在告诉未来

主编/潘洪其 编辑/王晓东 美编/杨信 黄校/李明 吴刚