



本报评论员 魏英杰

不是空调不给力,而是长沙火车站 在金钱诱惑下迷失了身份意识。



给钱才让吹空调,丢了自己的脸

室温高达37摄氏度,旅客直呼受不了,火车站却以用电配额不足等理由,拒绝打开普通候车室的空调。然而,只要花二三十元,旅客立即可以“升级”到商务候车室,在那里除了享受怡人冷风,还可不排队优先上车。长沙火车站这一做法,在近日引起了公愤。

如果长沙火车站是因空调故障或电压不稳暂时停开,这就无话可说。而实际上,长沙火车站不是这个夏天不开空调,而是一年到头都不开。火车站方面的理由,根本站不住脚。连供电部门都表示,这个“锅”他们不背。供电部门回应,他们一直重点保障火车站供电,且电力供应充足,没有限制其用电负荷。这么不客气的回应,立即让长沙火车站现出“原形”。

若是长沙火车站心疼空调费,因而只能开放部分候车室,也勉强能够谅解。但火车站只开商务候车室也就罢了,却还要收费才让进入。收费已经很无耻了,还公然到普通候车室,用喇叭吆喝“空调开放,提前上车”,四处招揽旅客。难怪市民会说“候车室的温

差,度量的是良心”,也难怪到实地调查过的长沙市政协常委、文教委主任陈恂会怒斥火车站“要钱不要脸”。

长沙火车站自己不要脸,还丢了城市的脸。火车站是典型的公共场所,是展现城市形象与文明素质的重要窗口。南来北往的人群,每天在火车站进进出出,看到这一幕场景,体验到凉热两重天,无论有没有花钱吹空调,也将留下很恶劣的印象。以后提起这座城市,脑海里浮现的大概不是湘江风光,而是满满一候车室光着膀子、满头大汗的旅客。这让人忍不住想问:长沙火车站究竟是缺钱,还是缺心眼?

这种赚钱手段不仅不高明,反倒体现了长沙火车站漠视公共服务的霸道态度。如果是纯粹的商业场所,这时候反倒会开足空调,千方百计吸引客流。在许多城市里,空调马力开到最大、温度最冷的往往是大型商场。这些商场为什么不心疼钱呢?一方面是基于起码的公共意识,另一方面是服务意识使

然。不能满足客人需求,提高服务品质,怎能让人掏钱消费?长沙火车站不仅想钱想疯了,而且是借助自身优势,假公共资源牟取部门利益。就此而论,不妨查查该火车站的经济账,看看电费是谁出的,商务候车室的收入又落入谁口袋。

面对酷暑天气,一些城市的相关部门都会采取措施,为群众防暑降温提供方便,除要求公共场所接纳群众,还会尽可能开辟各种纳凉场所。如有的社区纳凉场所免费提供茶水,许多商铺也自发加入免费提供纳凉、供应凉茶的行列,还特意在门口张贴海报。这可不是从商家经营的角度出发,而是切切实实为人们提供方便的。走在这样的大街上,哪怕天气再热,也会让人感受到这座城市的习习凉风。

当然,长沙火车站这么做,不代表当地其他公共场所也是如此。经过媒体曝光,长沙火车站已关停商务候车室,并表示将于近日“重启”候车室中央空调。看来不是空调不给力,而是长沙火车站在金钱诱惑下迷失了身份意识。

与其投保龙虾险,不如捐款查病因

南京推出首款“龙虾保险”,承诺吃出病来,最高赔2万元。于是很多人说,这下可以放心吃了。

龙虾吃出来的病,最可怕的是“横纹肌溶解综合征”。事实证明,这个病,跟小龙虾有着千丝万缕的联系。今年夏天,安徽铜陵一地出现过37例,南京最新发现2例。要命的是,到现在为止,“龙虾病”产生的病因,卫生疾控部门到现在还没把这个谜解开。

过去有句话叫“拼死吃河豚”,今天商家推出“龙虾保险”,忽然有一种拼死吃龙虾的味道。小龙虾真这么好吃?仁者见仁。但作为夜宵摊上的一道主菜,小龙虾已经成为微信朋友圈出镜率最高的主角。风险与佳肴同在,而消费者吃的不只是美味,更是状态。

相关统计数据显示,在全国3万亿的餐饮市场中,小龙虾市场规模超过了1000亿。仅今年二季度,小龙虾专营店新增数量同比上涨33%,总数量1.8万家左右,是肯德基中国门店数量的3

倍。吃小龙虾大都是年轻人,点单最多的是晚上9点之后。夜宵、年轻人,这就是一种生活状态。从这个意义来说,吃的还是“寂寞”,是腔调。最新的数据说,整个奥运期间,吃货们光通过外卖订单,就有望消费掉1000吨小龙虾。

“龙虾保险”,其实吃的就是消费者心理上的担忧,它其实是一种鼓励性消费。真吃出病来了,只要证据保全,赔偿不是多大的问题。商家这么热心,不是真心体谅人,而是因为它的利润实在太厚。它貌似是在给吃龙虾的消费者保险,但本质上还是给整个龙虾产业、龙虾经济做保险。

问题是,虽然龙虾病是个小概率的事情,但若真的不幸中招,这点钱解决不了问题。从生意的角度看,商家的保险投入没有错。但是从真正解决“龙虾病”的心理障碍来看,却是明显的投错了门路。

还记得2014年红极一时的“冰桶挑战”吗?令人难以置信的是,美国ALS(肌萎缩性

脊髓侧索硬化症)协会募集到的史无前例的1.15亿美元善款,其中的67%用在了治疗ALS的相关研究上,余下的是这么分摊的:20%用于病人照顾、9%用于大人教育、2%用于募款、2%用于杂费。关键是,最新的消息说,有科学家利用这笔研究经费,找到了ALS的致病基因——NEK1,从而让治疗此病有了更进一步的突破。

两件事,钱不一样,套路也两样,但都面对的是基本的病因难题。我们的思路,跟人家相比,差距不是一点点。

对于消费者来说,小龙虾,吃还是不吃,千万不要把有没有保险当成决定的因素。钱是自己的,身体更是自己的。如果商家在给消费者投“龙虾病”保险的同时,能够有机构牵头凑点钱给专业研究机构,把这个病因找出来,找到从根本上杜绝这个病发病的机会,恐怕这才是给消费者、给这个龙虾经济龙虾产业,带来的是一劳永逸的健康。



本报资深评论员 刘雪松

商家在投“龙虾病”保险的同时,能够有机构牵头凑点钱给专业研究机构,把这个病因找出来,恐怕这才是给消费者、给这个龙虾经济龙虾产业,带来的是一劳永逸的健康。



老板发微博强迫员工点赞, 倒人胃口

山东一家企业的老总对发微博这个事迸发出极高的热情,隔三岔五一碗心灵鸡汤端到员工面前,眼巴巴地等着别人来跟评,不跟的员工罚一分扣50元。不过,现在他再也不用担心自己的微博无人搭理了,自打媒体曝光后,粉丝数暴增,评论暴涨,“点赞”声此起彼伏,俨然新鲜出炉的网红模样。

老总文笔不错,心灵鸡汤也熬得很用心,可是《劳动法》显然没学好,个人的罚款是明令禁止的行为,职工可以向劳动监察部门投诉。《行政处罚法》第8条明文规定,罚款是行政处罚的种类之一,只能由行使国家行政权力的行政管理机关或者法律授权行使行政权力的机构行使。而《劳动法》上的用人单位不是行政执法机关,无权对职工的违法行为进行罚款。

哪怕劳动法管不了这么鸡毛蒜皮的事,立这样的规矩事先跟员工打过招呼没有?每天在微博上数人头,数不齐人头还要开罚单,搞惩罚教育,兴师动众,你还有时间干正事

吗?

老总回应说是为了文化建设,要让人心齐,你罚这么凶,人心能不齐吗,可是这样的齐到底有什么意思呢?且不说鸡汤是否人人爱喝,就这种喝法,再鲜美的鸡汤也喝不出味来。那是给人民币面子而不是给老板面子。这种跟评的真诚度也值得打个问号,高压之下老板期待的目光之中,你也不可能指望听到什么由衷的真话。相反,投其所好,天花乱坠,忽悠得老板云里雾里,老板是给哄开心了,底下人一边打字一边耻笑,一边赞美一边骂娘。

当然,老总可能觉得自己说的就是真理,员工只有细心体会认真领悟的份,那就该有文化上的自信,要相信自己一语能惊醒梦中人的能力,要有水滴石穿、苦口婆心、相信真理一定能战胜邪恶的定力,而不是藏着匕首时刻准备着搞个突然袭击。

企业文化没搞好,老板的作派反倒让人

倒足了胃。把员工当成自己的小跟班,想罚就罚想骂就骂,拿他几个钱受他一身气,签劳动合同就跟签了卖身契一样。打着为公司好的名义,想体验的却是指点江山的气势。无非是把员工当成了鱼肉,自己成了握刀的人。有这样武断任性蛮不讲理的领导,还一天到晚想着员工率真、团结、克己奉公,这不是南辕北辙吗,你当员工那么好忽悠的?

一家企业的凝聚力需要一些规章制度的约束,但规章的目的不是让员工夹着尾巴做人,而是养成良好的职业习惯。雇佣关系需要金钱维系,但人和人之间是平等的,人格是没有高低之分的。

老板的权威该体现在作为上,为员工创造一个良好的成长环境,对员工的生活和未来负起责任来,这样的企业,哪怕老板没要求,员工也一样会一呼百应。心灵鸡汤是不能喝,可是拿这个当饭吃,迟早是要吃出毛病的。



本报评论员 高路

一家企业的凝聚力需要一些规章制度的约束,但规章的目的不是让员工夹着尾巴做人,而是养成良好的职业习惯。

