



同命依然不同价?

据河南电视台报道,5月7日,25岁的新乡小伙王超杰在青海打工时,突遇工友落水,王超杰为救工友不幸落水遇难。让人心寒的是,王超杰和另一位救人牺牲的工友,因身份不同,赔偿标准也不同。那名东北工人是城市户口,被赔偿40多万元,而王超杰是农村户口,只获赔19万元。

生命不分贵贱,本是常识,而现实中却一再发生这种违背常识、伤害平等和公平的事。根据《侵权责任法》的规定,“因同一侵权行为造成多人死亡的,可以以相同数额确定死亡赔偿金。”正是这个“可以”而非“必须”,给如同命不同价的事故留了口子。法学专家呼吁“同命同价”数年仍未见根本改变,在法治愈发受到尊崇的当下,如此缓慢的修法步伐是不是太格格不入了?

花钱选座合适吗?

据《北京晚报》报道,南方航空日前在其国际航线上开始实行“付费选座”,而此前,海航、国航、东航已经推出此项服务。据介绍,南航的“付费选座”主要集中在广州出发的12条国际长航线上,最高需支付600元人民币。

有人觉得多花几百元就能选到心仪的位置,很划算。只是,这是否挤入了商家的某种“陷阱”呢?无论坐在哪里,享受到的服务都是一样的,座椅也没有区别。花钱选座不仅打破了此前三先得的原则,也有机票变相涨价之嫌。有人甚至担心:这会不会形成某种“示范”?

通过报纸做检讨

“城区河道截污治污是一项民生工程……今年以来,进展缓慢,我们的主要责任在于:一是对项目建设重视不够,抓得不紧;二是与有关部门沟通、协调不够主动;三是……”据新华社报道,由于工作不力,河南濮阳7名干部近日通过报纸向公众公开检讨。

“人活脸树活皮”,如此将过错公之于众,相信对相关人员的起到一定监督作用。尽管也有公众表这是不是做表面功夫的担心,但相关人员这种坦诚的态度和方式依然值得肯定。下一步,相关部门不妨将改错的具体行动、进展成效也公开报道出来,让公众放心。

林琳

然意在唤醒个体奋斗自觉,却也旁敲侧击了“拼字诀”下的社会乱象。“拍蝇打虎”以来,高招舞弊空间渐小,加之高招制度励精图变,也进一步净化了博弈平台,因此,对高考公平性充满信心,的新鲜标语相继出现。这里既有时代进步的新鲜感,亦有大气磅礴的正能量的价值旨趣。

看似疯狂的标语,真实而大尺度地显示了年轻人的“壮怀激烈”,以及他们对于这个时代与社会的认知和评判,少点吹毛求疵,多些理解宽容,在高考疯狂标语里,也许会读懂更多的有效信息。



告别“概念水”,更要告别“炒概念”

□本报评论员 林琳

据央广等媒体报道,5月24日,我国《食品安全国家标准包装饮用水》开始实施,将目前市场上的纯净水、蒸馏水、天然水、山泉水等不同品类纳入统一的监管标准。除了天然矿泉水外,市面上在售的包装饮用水将只分为饮用纯净水和其他饮用水两类,包括“蒸馏水”、“活化水”、“小分子团水”、“功能水”、“能量水”等,都被禁止出现在包装水的外包装标签上。

不得不说,时下超市里销售的水大有“乱花渐欲迷人眼”之势,诸如“富氧水”、“冰川水”、“弱碱性水”等,名字听起来越来越“高大上”,功效也被宣传得神乎其神,恨不得告诉消费者“一水治百病”,当然价格也是普通水的数倍。

然而,这些“高端水”当真贵得其所、名副其实吗?或许让人大失所望。有关专家表示,弱碱性水不能调节人体酸碱度,富氧水

补气功效不靠谱,“小分子团水”(“月子水”)其实只是噱头……高端水应该同时具备罕见的优质水源、均衡的矿物质元素含量和承载丰富的人文历史或生态文明三方面条件,高端水的泉眼可遇不可求。不管是专家的分析还是业内人士的披露都显示,一些消费者花高价买来喝进肚子里的其实大多是普通水,商家不过是在忽悠人而已。

在这样的现实语境下,相关部门制订新的包装饮用水标准,对一些检验合格指标进行调整,对各种饮用水的名称、外包装给予规范,十分必要。同时,消费者更关心的是,“新国标”能否带来饮用水市场更健康有序的竞争,能否带来饮用水产品更安全优异的品质和更合理的价格。

综观时下的商品市场,这种类似“高端水”的概念营销并不鲜见。媒体曝光过的,比如,“年份酒”,有15年的、30年的甚至有些

标注为60年,而业内人揭示,多数年份酒都是由中小企业生产,并非是酒存放了多少年,而是通过香料香精调成不同的口味,再贴上不同年份的标签。比如,“儿童漆”,近年来,针对儿童推出的产品越来越多,只要贴上“儿童专用”的标签,普通商品的价格便可以翻倍。而记者调查显示,“儿童漆”与普通漆在环保方面没啥区别,且无论生产环节还是环保领域都没有“儿童漆”这一分类,所以根本没有国家标准和行业标准……类似营销背后,不知有多少消费者已然吃亏上当、当了“冤大头”。

“讲故事”、“炒概念”,是时下比较常见的营销手段或者说“策略”,但营销显然是有底线、有规矩的,把“没有”说成“有”,把“普通”说成“特殊”和“高端”,把“一”说成“十”,已经超出了正常的营销范围,而是涉嫌虚假宣传,需要承担相应的法律责任。

一个企业、一种商品,靠什么在市场中站稳脚跟,赢得消费者的信任和尊重?无疑是商家信誉和商品质量。纯粹“炒概念”,短时间内可能确实可以给企业带来一定利润,但这种没有内涵和质量保证、支撑的利润,就像是没有地基的房子,随时有倒塌的危险。真相一旦被曝光,谎言一旦被戳破,不仅企业的信誉难保,整个行业都可能出现信任危机乃至生存危机。

如今,饮用水市场有了“新国标”,人们期待未来这个市场更加规范和健康发展,真正实现优胜劣汰。与此同时,公众也期待其他一些行业和部门,尤其是那些跟公众生活密切相关的行业,对自己领域内的商家“炒概念”的营销行为有更积极、及时的回应和监管,披露真相、澄清概念、提高产品质量,而不能放任市场秩序的混乱。

少儿不宜

据《新文化报》报道,吉林长春市民杨女士8岁的女儿最近喜欢上了电视剧《天使之城》,“我觉得这内容不适合我姑娘看,可是不让她看,她还干。”杨女士说。该剧讲述了三名职场女性面对婚姻、家庭、工作的种种麻烦时,相互取暖,传递幸福,直到遇见“天使”的故事,而这里的“天使”恰恰是小孩子。剧中夹杂了一些“少儿不宜”的情爱镜头。影视剧中的大尺度镜头,多少会对孩子的成长造成不良影响,一些孩子甚至会好奇地模仿。因而如何让孩子避开类似的情爱电视剧,是很多家长既尴尬又头痛的问题。对此,家长给予及时监督和合理引导是一方面,影视作品的创作者是否也该多些社会责任感,照顾到电视机前受众的多元性,尽量避免不宜孩子观看的内容出现,对实在绕不开的感情桥段,不妨点到为止,少些细节渲染。

□李法明/图 福超/文



高考励志标语里的变与不变

□邓海建

据新华社报道,近日,在广西桂北一所中学的高三教室里,一条条高悬着的“励志”高考标语,成了一道独特风景线。

高考前夕的中国校园,到处弥漫着类似标语所营造出的励志氛围。去年的一项调查显示,38.2%的受访者还记得自己的高考标语,58.0%的受访者认为高考标语对自己有不同程度的影响。类似“人丑就要多读书”、“要想成功,必先发疯”、“只要学不死,就往死里学”等

标语,或令人莞尔、或歇斯底里,却也别有一种励志的能量,叫人不敢懈怠,叫人莫负青春。

有人担心,疯狂标语会“带坏孩子”。这显然是杞人之忧,在“互联网+”的时代,孩子们的社会阅历又岂是这几条无伤大雅的标语。几条“疯狂标语”,又有几人会死抠字面意思?一些高考励志标语成了社会议题。这是因为在今天,高考依然承载着实现代际转换、阶层流动,改变个体及家庭命运的重任。

在媒体梳理的高考疯狂标语中,“变”与“不变”的是这个时代的图景。一则,“不变”的

是强调自强不息、褒赏吃苦耐劳的价值取向。譬如“不像角马一样落后,要像野狗一样战斗”、“不苦不累,高三无味”等标语,不过是将“吃得苦中苦”的古训,找到了时代化的译本。又譬如“吾日三省吾身,高否?富否?帅否?否,滚去学习!”等标语,以近乎黑色幽默的段子式姿态,强调修身自省,印证的是“知识改变命运”的思维。

二则,“变”中足以窥见公共治理的步伐。前两年,“战胜富二代,考过富二代,高考不拼爹,努力靠自己”等标语屡见不鲜,这固

客”,孵化器管理者和科技部门官员,经常会被告到:“你知道大疆吗?”——大疆的故事正在不断地被分享,鼓舞着更多年轻的创业者。

从5月23日起,由大疆主导的首届“RoboMasters2015全国大学生机器人大赛”将持续在六个城市展开角逐,全国共有240支队伍报名参赛,来自北大、清华、同济等150余所高校。

“一级方程式可以让舒马赫成为超级巨星,为什么我们的发明家、工程师不能有一个平台,让他们也成为明星呢?做不成明星也不要紧,提高了能力,能成为各行各业的核心人才,这是我的初衷。”

而今,让“RoboMasters”成为观赏性更好的,受关注度更高的机器人赛事,为国内的工科学生提供同样、甚至更好的机会,成为他与后来者对话的一种方式。

“我希望大家能够为最初梦想,从事自己喜欢做、擅长做的事情,把事情做好,在这个基础上让世界变得更加美好一点。”这是他对创业者们的“心里话”。

公司壮大后,“理工男”汪滔三分之一的时间用来招聘新人,三分之一的时间用作管理,只剩下三分之一能放在产品研发上。这对于技术迷来说,不啻于一种“成长的烦恼”。

“我的技术本来是公司最前沿的,但现在和新来的比较优秀的年轻人比起来,也有点‘隔靴搔痒’的感觉了。这也是我创业到现在的一个‘牺牲’,牺牲了自己最喜欢做的事情。”汪滔笑着说。

(据新华社深圳5月25日电)

创新中国·科技领航者

机器人赛事——他与后来者对话的一种方式

大疆总部所在地深圳历来是中国创新创业的一片热土,记者在这里接触了不少“创

让某国特战队员伊万十分困惑:——在泗渡过程中,“该死的衣袖和裤腿”令他无比纠结;挽起来很容易散,不挽又别手别脚。中国队员却似乎从不为此烦恼,他们卷起的衣袖和裤腿绝不会往下掉。

——别国队员上岸后,衣裤兜鼓鼓的,拖泥带水。而中国队员出水时,每个兜都平平的,十分利落。

其实,这都是黎登贵的小发明——一是“武装渡扣”,即在迷彩服的袖子和裤腿内侧各缝上一颗小扣子和一个扣环,挽起来后轻轻扣住,无论在水中怎么折腾,也不会散;二是“过水兜”,即在裤兜和衣兜扎出大小适当的小孔,使衣裤兜兜物不兜水。

担任营长时,黎登贵创造了数十种手语姿势,使官兵百米开外就能灵活自如地进行“手语对话”。他还对鞋带打结的方法进行改进和规范,要求官兵每次系紧鞋带,必须把鞋带压入鞋靴内侧,防止“马失前蹄”。

为提高出枪速度,黎登贵一度将手枪套由扣式改为卡式,试用后,又发现扣式手枪套在山岳丛林中易被刮开,造成手枪脱落。于是,他反复研究,改造成卡式手枪套,既符合实战要求,又提高了取枪速度。

“怎么方便么来,一切跟着实战走。”瞄准实战,瞄准能打仗、打胜仗,特战指挥员黎登贵和他的特战尖兵们时刻准备着。

(新华社成都5月25日电)

反腐倡廉:多管齐下形成合力

□王石川

在高墙内搭起“讲台”,由服刑人员当“教员”,党员干部及其配偶到监狱做“学生”接受警示教育——近日,湖北省十堰市70余名重权在握的市直部门“一把手”及其配偶分别走进市看守所警示教育基地“监区”体验,聆听落马官员“现身说法”,感受“高墙下”与“铁窗内”的人生落差,领悟“贪廉一念间,悲喜两重天”的真谛。(见5月24日《海峡都市报》)

类似的警示教育各地开展了不少,也收到了很好的效果。有网友认为这是形式主义,有点苛责。比如那些被查处的领导干部,很多是参观者的老领导、老同事、老朋友。看到自己的“前任”带着手铐露监“上墙”,一市直单位局长表示要以此为戒,“不能栽跟头”。

不过,参观过监狱,体验过牢狱生活,是否就廉洁奉公、不贪不占?未必!参观监狱在不少地方已是常态,但一些参观者仍然贪腐。遵义市委书记廖少华一边反腐一边贪腐,在黔东南州任书记时,就对“监狱反腐”教育这一形式特别重视,在当地一所监狱设立了反腐倡廉警示教育基地,并亲自揭牌,落马前不久还带人到该基地,听服刑者剖析思想蜕变、走向犯罪的过程。结果呢?

官员参观监狱之际,通常颇受震撼,但这种震撼未必持续很久。就曾有学者直言不讳地说,“将官员带到监狱去,吓唬他们,效果只能持续3天——然后他们就忘了!”——这种情况确有可能,参观过后依然欲壑难填,该腐仍然腐。

参观监狱有必要,参观之后呢?有这样一个段子,某地领导讨论“改善中小学办学条件,还是改善监狱环境”,最终决定改善监狱环境,因为他们不可能再上中小学,却有可能进监狱。段子当然是杜撰,却值得思考,如果官员参观监狱后,收获的竟是如何改善监狱伙食和环境的启发和感想,显然是跑偏。

这说明,体验重要,什么样的体会也重要,参观重要,什么样的观后感受更重要。

因此,正如一些专家学者认为的那样,要从根本上解决问题,还是要加强权力监督,加强制度性的建设,强化权力在运行过程中的规范。此外,对于权力腐败还须进行严厉惩处,多管齐下才能真正反腐。反腐倡廉的宣传教育需要创新,编织制度篱笆同样不可或缺。



民用无人机领军者汪滔:不忘初心,飞得更高

新华社记者 陈寂 赖雨晨

纯白色的“X”型机体,四支飞快转动的螺旋桨,机腹吊挂迷你相机——这是目前全球范围内“出镜率”最高的一款航拍无人机,曾出现在热门影视剧中,甚至因为闯入美国白宫草坪而上了头条,但更具意义的是,不久前救援人员利用它参与了尼泊尔地震的救援工作,航拍灾情。

由深圳大疆创新科技有限公司研发生产的无人机,凭借自主研发的完整技术链条,引领全球无人机技术革新和消费热潮,以中国智造让世界耳目一新。

企业掌门人汪滔,“80后”,内心始终澎湃着对飞行的向往与渴望。

“不要强调困难,强调解决方案”

一架红色的双翼螺旋桨飞机模型眼跟前“停放”在汪滔的办公桌上——是他喜欢的宫崎骏电影里王牌飞行员的战机。

生于1980年的汪滔,带领一家员工平均年龄20多岁的高科技企业,研发了名为“大疆精灵Phantom”的一体式航拍无人机。它在2013年的问世,开辟了电子消费品中“飞行照相机”的全新品类,掀起的无人机热潮延至今日。

9年前,当26岁的他一边攻读香港科技大学硕士学位,一边在深圳一所民房里创立大

疆时,只是想心无旁骛地把直升机航模的飞行控制技术做好。

而随后几年间,汪滔团队先后在直升机飞控系统,多轴飞行器飞控系统,陀螺稳定云台等航拍无人机的核心技术领域取得突破,渐渐引起业界的关注。

为了研发这款让人“震惊”的产品,汪滔投入了约3年时间,“过程当然很困难。”他说,“但做的是自己喜欢的事情,还是感觉很愉悦。”

这个34岁的科技总拒绝“苦难叙事”。在他的办公室门口贴着一张“进门议事须知”,其中有一条写明:“不要强调困难,强调解决方案”。在他眼里,科研的攻坚克难并不是苦大仇深的事情,而是纯粹并快乐的事。

《经济学人》杂志将“精灵Phantom”列为全球迄今为止最重要的十款机器人产品之一;《美国时代》周刊则将“精灵”的第二代产品评为2014年十大科技产品的第三位,排名甚至高于苹果公司的iPad Air2,iPhone6以及GoPro的HERO4摄像头。

像拔着自己的头发往上拽:做“宇宙第一”

“悟空”“哪吒”“筋斗云”“风火轮”……大疆的销售收入有八成来自海外市场,很多产品都起了富有中国文化特色的名字。

从航模少年到民用无人机研发企业的领

劳其筋骨的结果是,“魔鬼训练班”的战士参加比武次次摘金夺银,其他战士见状,纷纷请缨要求参加“魔鬼训练班”。

“平时训练狠一点,严一点,才是对战士真正的爱护。”黎登贵说。

从连长,营长到副参谋长,参谋长,黎登贵凭着对抓训练的严实劲儿,先后带出12个一等功荣誉立者,5个二等功荣誉立者,57个三等功荣誉立者,以及100多名在各级比武中摘金夺银的特战精英,部队连续12年被评为军事训练一级单位。

带兵打仗——细

国际比武中,水中较量过后,有两个细节

(上接第1版)

“今天不狠心,明天上战场就要伤心!”其实,黎登贵的初衷很简单,“越是心疼兵,就越要狠心练,一旦上战场,他们生命才多份保障。”

当连长时,黎登贵就在连队成立了“魔鬼训练班”。

每天凌晨5时起床,先是一个10公里越野,接着仰卧起坐300个,俯撑撑300个,1分钟引体向上20个……“魔鬼训练班”的战士说,这只是“加餐”,出操时还要和连在一起吃“正餐”。

一周下来,许多人“累散了架”,都指望周末好好休息一下。可一到周末,集合号依然按时响起。