



王瑜

这两天,河南开封一家开张10年只招聋哑人工作的面馆温暖了网友。店里除老板之外,7个厨师和服务员全是聋哑人。店面的招牌上写着:无声的服务,有爱的世界……您的到来为聋哑人提供了一份工作、一份收入和一份对正常世界生活的追求。

看到照片上聋哑人服务员快乐宁静的表情,我的心瞬间释然。关注报道残疾人领域十余年,最初某种“居高临下”,甚至不自觉带点优越感的态度,悄然发生转变。

从首位盲人钢琴调律师陈燕到享誉国际的盲人钢琴家孙岩,从全国自强模范获得者王勇到连续两届残奥会冠军赵帅,从被遗弃的脑瘫女童到心智障碍的孩子,从盲人足球双胞胎运动员到高位截瘫的兄妹创业者,再到孤独症患儿家长……他们曾经都是我的采访对象。

我最深刻的沉淀是,他们并没有身处劣势之感,反而带给人一种活力、一种精神,一种不愿向命运屈服、扼住命运喉咙的勇气和力量。他们身上散发的自信、自尊和从容,让我深深震撼。

“只有障碍的环境,没有障碍的人群”,这是联合国倡导建设残疾人无障碍生活环境的理念。

不少在国外工作过的残障朋友对我说,一些发达国家无障碍理念和建设起步较早,发展较为成熟,残障人与健全人一起工作或残健融合的团队比较普遍。近些年,我国无障碍硬件环境建设进展迅速,在保障残疾人出行、工作、休闲娱乐等方面取得不错成效,但不少民众对无障碍理念的普及和认知尚存一定距离。

偏见是源于对残疾人群体缺乏了解。很多人想当然认为残疾人就是弱势群体,实则弱势与否与身体残疾并无直接关联。比如一度被公认为残障程度最重的孤独症患者中,居然有些孩子表现出超常的绘画天赋,被誉为“来自星星的孩子”。正如残疾人群体中那句流传甚广的话:上帝为你关上一扇门,同时也会为你打开一扇窗。

中国残疾人事业先行者邓朴方有句名言:人们对残疾人不是不理解,而是不了解;不是不人道,而是不知道。

你可能想不到,4岁时因车祸失去左臂的赵帅,20年后能蝉联两届国际残奥会乒乓球单打冠军。他说这一切源于父亲当初的鼓励:相信他不会比任何一个拥有两只手臂的人差。

你可能不知道,如今已成行业旗帜的中国首位女性盲人钢琴调律师陈燕,独自摸索着入户调琴,很多人直到成为忠实用户才知道原来她是位盲人。陈燕说,她最欣慰的是做这份工作并非靠别人怜悯,而是别人对她专业技能的认可。

“没有残缺的身体,唯有残缺的心灵”。感恩报道对象——成千上万残疾人兄弟姐妹,是他们让我内心充盈,获得成长的力量,更让我远离心灵的残疾。

无声面馆里那群聋哑人,是残疾人群体的缩影。看到他们纯净的眼神、开朗的笑容,我们更有理由相信,没有存在障碍的身体,只有存在障碍的环境。相信随着越来越多的人真正了解和尊重残疾人,他们的就业和生活将变得更为轻松,更加平等有尊严地融入社会发展。

只有障碍的环境,没有障碍的人群

做大做强春节旅游,除了优惠价还可以有更多

余明辉

据媒体报道,2020年春节将至,旅游市场将迎来一波高峰,全国多地掀起景区门票降价潮,推出优惠政策吸引游客,莫高窟、千岛湖、布达拉宫等景区对公众免费开放,故宫、九寨沟等一大批知名景区门票下降。

新春来临之际,不少景区结合自身实际,推出不同程度的门票优惠措施,体现了经营智慧,对广大游客来说也是一个利好。但是,就做大做强旅游产业来说,还可有更多举措和探索。

首先,在“门票经济”仍高烧难退、门票整体水平已然不低的语境下,人们希望有更多景区能够免票或大幅优惠,而且不仅是短暂的免门票或打折,而是有更长远的优惠措施——有人来,且长期有人来,是一个地方发展壮大旅游产业的先决条件。

就国内现有景区免票或优惠的经验看,不管是长期免票的杭州西湖景区,还是一些开展季节性、区域性、特殊节点免票或优惠的景区,虽然直接的门票收入可能大减,但就其促进当地旅游人数增加、餐饮零售等相关的总收益看,不但没有减少,反而出现大幅增加。

其次,各地景区春节打折的直接目的是希望吸引游客。就以往实践看,这的确能够起到一定作用,但这种方式有式微趋向。比如,这种方式被越来越多的地方和景区效仿,已经不再具有差异化竞争的优势。最关键的是,随着游客需求越来越多元化,旅游体验的诉求多样化,景区单纯靠门票降价+不变的景观,不能有效满足游客需求。

然而,时下不少地方的景区虽然想到通过门票降价等方式吸引游客,但在提升游客的黏度、景区差异化特色、提升服务质量等方面却并没有太多的改观,缺乏足够吸引力。

做好春节旅游这盘“大餐”,让其有与众不同的“味道”和特殊吸引力,是景区义务乃至义务,更是基本动作。更重要的是着力提升景区的年味,以及提高服务水平。提升春节旅游经济活力,打造春节旅游品牌,不仅仅是景区自己的事,还关乎一个地方其他的政府部门的事,政策的倾斜、文旅宣传的创新等,都需要更加精细化。

对景区而言,推出春节旅游优惠迈出了可贵的一步,但接下来如何提升景区内魅力,进而增强吸引力,无疑出台门票优惠政策本身更考验智慧和决心,更值得思考和研究。

审慎“上新”,征信体系建设稳健前行

本报评论员 韩疆超

年运行,截至2019年底,系统收录了10.2亿自然人、2834.1万户企业和其他组织的信息。2019年,个人和企业征信系统累计查询量分别为24亿次和1.1亿次。如今,经济社会的发展,对增加征信有效供给、提升征信服务水平提出了新要求,金融科技的发展也为进一步提升征信系统服务能力提供了技术支持。征信系统的更新换代、优化升级,顺应了客观形势,比较全面地回应了公众关切。

首先,新系统在信息展示上有增量,让征信体系更充实和完善。比如将增加展示“共同借款”“个人为企业提供担保”“就业状况”“国籍”“联系电话”等信息,个人还款记录新增了“最近2年的逾期金额”;企业信息增加展示“上级机构”“企业规模”“所属行业”等。

其次,新系统更尊重被采集主体的知情权,更加注重信息安全。比如针对先前公众关心的是否将水电费缴纳情况纳入征信的问题,新系统只是预留了个人水电费缴费信息的展示格式,未来在数据源单位取得信息主体授权同意,并确保数据质量和安全后,才会进行采集和展示。再如客户一旦发现信息被盗用,可在征信报告上发布“反欺诈警示”,以

提醒金融机构,对客户和金融机构起到保护作用。

第三,新系统兼顾效率与公平,堵上了可能的漏洞。比如新系统上线后,各机构需在采集时点T+1天向征信中心报送数据,而之前征信数据的更新可能需要1个月甚至更久,这意味着以后想利用这段时间差申请贷款将行不通。再如新系统还将增加展示“已销户贷记卡近5年还款记录”,如果想通过还清欠款后销户的方式“洗白”征信报告,5年内都不可能。

脱胎于金融领域的征信体系,如今已经越来越多地被应用到广泛的社会生活领域,包括开始作为一种监管利器,用来破解社会治理难题。然而一段时间以来,一些部门、机构随意扩大征信范围,引发舆论质疑。征信这把“尺子”究竟该量些什么、怎么量,哪些事项才能名正言顺地与“信”字挂钩,一度成为热议话题。如何既在纳入事项、应用场景上有所节制,又要使系统本身及时得到细化和扩容,满足经济社会发展的需求,其中尺度、分寸的拿捏尤为关键。

此次征信系统“上新”,最大程度地避免了征信系统的滥用和误伤,既与时俱进,又不

“回家的礼物”,承载着不必言说的情感

杨朝清

据1月20日澎湃新闻报道,在甘肃庆阳,女儿返乡时大雪封山,有一段路只能徒步,父亲怕拖坏了女儿的行李箱,便将行李箱扛在了肩上。老家没有大闸蟹,在江苏淮安工作的曲师傅带了一盒大闸蟹回去,想给快过生日的女儿一个惊喜。一名火箭军女兵将自己一年来获得的荣誉送给了妈妈,进门给妈妈一个大大的拥抱。

春节是合家团圆的传统节日,每年临近过年,都有无数远离亲友的人踏上回家的路。他们肩扛手提的“回家的礼物”,承载着浓厚的、不必言说的情感。

在流动的社会中,父母与子女尽管有物理上的距离,却依然有一根天然的纽带将他们联系在一起。不论是“父母扫雪30里送行”,还是“父亲翻山越岭送猪肉”,抑或是子

女为父母、爷爷奶奶带其工作所在城市的特产,在中国特有的感情模式里,家人之间的关爱永远是那么朴素、笨拙又温情。

当下,许多人感叹情感表达的方式太过浅薄,甚至很多时候能够给予多少物质,成为衡量情感厚薄、关系亲疏的标尺。然而也要看到,有时候物质之外的那一星半点关爱,往往更令人动容。比如,一些老人特别是农村老人或许在物质上帮助子女有限,但却始终牵挂着子女,能帮着分担一点就分担一点,能节省一点就节省一点。这在“帮女儿扛行李箱”上体现得淋漓尽致。沉沉的行李,厚重的父爱。

为了更好地改善家庭的经济条件,很多劳动者将孩子托付给老人或者其他亲属,到外地去打工,借着春节团圆的契机,往往采用送礼物的方式对孩子、老人进行一定补偿。礼物只是一种情感表达的载体,它无关

G图说

二维码讨薪

据江苏电视台报道,为确保春节前涉及农民工工资案件及时动态清零,江苏省人社厅开辟“根治欠薪”网上举报投诉专栏,在建筑工地等农民工集中的地方张贴维权二维码,确保农民工投诉“有门”、维权有助;运用信息采集、数据共享和智能分析等方式,全方位掌握工资支付动态信息;并组织实施根治欠薪专项督导检查。

每到岁末,农民工工资能否按时足额发放牵动着很多人的心。一段时期以来,被欠薪成为年末农民工群体的心病,而少数恶意欠薪更是酿出过一些悲剧。为农民工及时讨薪、制度化治理欠薪,从国家层面到地方相关部门,都在不断探索。江苏此次的“二维码讨薪”方式,可谓互联网+治理欠薪的一次有益尝试。一方面,二维码如同贴在百姓门上的“门神”,一定程度上警示和震慑着欠薪行为;另一方面也畅通了举报途径,相关部门更可接诉即办、主动作为。治理欠薪是系统性工作,期待能有更多有益尝试共同发力。

赵长青/图 嘉湖/文

限塑再出发,啃硬骨头我们是认真的

吴迪

据《工人日报》1月21日报道,被称为升级版“限塑令”的《关于进一步加强塑料污染治理的意见》发布。围绕建立形成治理塑料污染的长效机制,意见提出一系列政策措施,明确我国将按照“禁限一批、替代循环一批、规范一批”的思路,加强塑料污染治理。2020年底、2022年底、2025年底等成为几个重要的时间节点,此过程中,我国部分地区、部分领域将逐渐禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用。

早在2008年6月实施的限塑令已走过12个年头。相比较12年前的限塑令,新版限塑令在塑料制品制造和使用方面提出了更严格、更具有针对性和操作性的要求,其执行也

有了明确的时间表。因此,意见一经发布就迅速成为公众关注的热点。

限塑令与百姓息息相关:有偿购物袋是继续收费是取消?新版限塑令会影响生活的便捷性吗?由于曾经的“限塑令”效果并不明显,比如政策出台前后,相关企业的产量差别不大、超薄塑料袋的生产死灰复燃等现象,因此公众对于新版限塑令的执行力难免也会产生疑问。

此前的限塑令没有发挥出预期效果,一是因为公众的使用习惯和观念难改,塑料袋成了辅助消费的刚需用品;二是购物袋收费多是三五角,“经济限制”作用不明显;三是限塑令没能从源头上真正限制住相关企业的生产经营行为,相应的惩罚措施不足,力度不够。

发布新版限塑令有着更为现实的必要性。白色污染是环境治理领域中的一个极为

令人头痛的难点,塑料制品其难以自然降解,影响农作物吸收养分和水分,导致减产;焚烧则可能导致空气污染等二次污染,其产生的废气往往含有有害物质,影响人类和动植物健康,等等。

显而易见,新版限塑令考虑到了方方面面的诉求,设计了操作性较强的时间表——这是一种过程意识,解决问题不是一蹴而就的。正因有了时间过程这一缓冲地带,我们更应理性面对环境问题和思考自身的行为观念。

不可否认,限塑令会直接打击到一批研发生产能力不足的企业,但从长远看,“塑料革命”才刚刚起步。研发价廉的可降解替代材料、创新生产经营模式等,都为未来的材料学、化工产业等领域提出了新的命题,一点突破,都是飞跃。