

从贵州山火再谈文明祭祀

蔡建春

春节、清明等是我国的传统节日,也是人们祭祀祖先、缅怀先人的重要时刻。然而,一些不文明的祭祀行为,给社会和环境带来了极大的负面影响。2月份以来,贵州省多地突发山火200余起,代价不可谓不大。从通报情况来看,大多为祭祖焚烧香烛、燃放爆竹所致。

一些民众上坟祭祖,偷偷携带香烛等易燃易爆祭祀用品上山,更有甚者互相攀比,看谁家的爆竹声更响更多,全然不顾林区禁止一切野外用火、明文规定和护林员的劝导。

原本祭祀是缅怀逝者、寄托哀思的优良传统,却因为一己之私酿成大祸。据统计,当地武警、消防、森防、专业救援队伍及社会救助力量出动730队次,投入9200余人,发动基层党员干部、民兵、群众及志愿者1.5万余人,近4万台(套、件)装备参与森林火灾扑救,以及2人伤亡的巨大代价才使火情得以控制。

移风易俗、文明祭祀老生常谈,但每年总有人违背法律法规反向而行,因为祭祀失火而锒铛入狱。新时代新风尚,在这里要告诫那些仍然我行我素的不文明祭祀者一句忠告:切莫心存侥幸,拿法律法规当儿戏,从自身做起,相互监督,共同维护生态文明和文明祭祀。

倡导移风易俗,示范引领。提倡通过献花束等方式来深切怀念逝者,将祭祀的传统习俗以健康、文明的方式表达,营造文明祭扫的社会氛围。党政机关、企事业单位党员干部,特别是文明村镇、文明单位、文明家庭、道德模范、志愿者组织要以身作则,率先垂范,争做移风易俗的先行者、文明祭祀的带头人。

倡导破除陋习,安全祭祀。提倡网上祭祀、家庭追思、鲜花祭祀等现代祭祀活动,破除在森林野外、大街小巷、主次干道、景区广场等公共场所焚烧香烧纸的陈规陋习,用更加健康、文明的方式寄托对已故亲人的哀思,树立文明祭祀新风,维护城市良好形象。

文明祭祀是社会文明进步的体现,也是保护环境、建设美丽家园的重要举措。通过文明祭祀,树立正确的价值观和道德观,促进社会的和谐发展。

守护校园安全急需多方努力

■陈彦羽

3月19日,一则台州职业技术学院发生校内车祸的消息引起广泛关注。据台州市公安局椒江分局19日发布警情通报称,当天发生的校内车辆相撞事件共造成19人受伤,其中3人经抢救无效死亡,其他人员伤情稳定。这起悲剧如同一道惊雷,再次敲响了校园安全的警钟,让我们不得不深思:我们的校园安全,该如何守护?

校园安全责任重于泰山,其牵涉面广、敏感性强,关系到每一位师生的生命安全,关系到每一个家庭的幸福安宁,安全措施须臾不可放松。近年来,校园安全问题屡次成为公众关注的焦点。从校园欺凌到火灾事故,再到这起汽车冲撞行人事件,无不牵动着人们的心。如何保障校园安全,也成为大家时

常热议的话题。

守护校园安全,需要落实好各环节的安全责任。作为校园安全责任最主要的承担者,学校要肩负起沉甸甸的责任,将校园安全视为头等大事,制定、完善严格的安全制度,不折不扣、扎扎实实地将各项措施落实到位,确保每一个安全环节都得到妥善处理。同时,加强校园安全巡查,及时发现并消除安全隐患。

守护校园安全,需要提高师生的安全意识。作为校园的主人,师生的安全意识和行为习惯直接关系到校园的安全状况。学校要通过开展形式多样的安全教育活动,以课堂讲解、实地演练等方式,传授交通安全、防范欺凌、火灾逃生等安全知识和技能,让师生在面对

突发事件时,能够保持冷静、机智应对,从而最大限度地保护自己和他人的生命安全。

祸患常积于忽微,维护校园安全并非只是学校一方的责任,还需要全社会共同努力。政府部门应加大对校园安全的投入,提供必要的支持和保障,着力解决好困扰校园安全的突出问题。家长要加强对孩子的安全教育,引导孩子树立正确的安全观念。社会各界也要为校园安全提供支持和帮助,遵守校园安全规定,配合做好安全管理。

青少年是国家的未来、民族的希望。守护校园安全,政府部门、学校、家庭责无旁贷。我们应当警钟长鸣,共同营造良好安全的校园环境,让每一位学生都能安心学习、快乐成长。

食品安全问题何时才能 缺席 3·15 ？

陈异俗

今年央视3·15晚会,食品安全问题再次成为座上宾。这次被曝光的主角——一是淀粉肠,这一伴随80后、90后成长的街头美食经曝光瞬间失去了原有的光彩。网友纷纷感慨:活着不容易!这不禁让我们深思,为何食品安全问题屡禁不止,我们究竟何时才能迎来一个没有食品安全问题的3·15晚会?

食品安全关系到每个人的生命健康,其重要性不必多说,但在如此重要的领域,却仍然年年都能被媒体揪出新问题。2020年是海参和汉堡,2021年曝光了含瘦肉精的羊肉,2022年酸菜又出了事,再到今年的淀粉肠事件,消费者的神经与胃口似乎每年都要经历一场严峻的考验。

面对这样的现状,我们不禁要问,为何食品安全问题难以根治?这背后究竟隐藏着哪些深层次的原

因?是企业自律不足,还是监管不力?是法律法规不完善,还是执行力度不够?这一情况或许并非单一因素所致,而是多方面原因交织的结果。

首先是监管层面。当前,我国食品安全法规不断地健全和完善,但在具体实施和监管方面仍需进一步加强。部分地方由于监管资源分散,监管手段滞后,导致一些不法企业有机可乘,通过制假售假、滥用添加剂等手段谋取非法利益。同时,一些地方政府可能会出于经济增长的考虑,对食品安全问题的重视程度不够,导致监管力度大打折扣。

其次是企业层面,部分食品生产企业的自律意识薄弱,为了追求利润最大化,不惜铤而走险,违反法律法规。这些企业的行为不仅损害了消费者的利益,也破坏了整个行业的声誉。同时,一些企业对于食品安全问题的重视程度不够,缺乏

科技创新,研发投入不足,导致产品质量不稳定甚至出现安全隐患。

此外,消费者的认知也是影响食品安全问题的重要因素。部分消费者缺乏食品安全常识,对于食品的选择和鉴别能力有限,容易受到不法企业的误导和欺骗。同时,部分消费者对于食品安全的期望值过高,对于一些食品的质量问题过于敏感,导致市场出现过度反应。

为此,要根治食品安全问题,需要多方面的共同努力。政府需要加大对食品安全的监管力度,提高监管效率,加强法律法规的制定和执行。企业需要增强自律意识,加强科技创新和研发投入,提高产品质量和安全性。消费者也需要提高食品安全知识水平,增强自我保护意识,合理选择食品。

只有这样,我们才能迎来一个没有食品安全问题的3·15晚会,我们就会慢慢享受“食安”生活。



云江时评

YUN JIANG SHI PING



扫一扫,看云江时评专题

地方美食 如何解锁 流量密码

戴志胜

龙年的第一场“泼天富贵”落到了甘肃天水。最近,天水麻辣烫成为新晋顶流,登上了各大社交媒体热搜。

一道美食带火一座城的故事又一次上演。天水麻辣烫到底有什么魅力,吸引大量的游客乘飞机、坐高铁远道而来?总结起来,不外乎这几方面原因。麻辣烫口味独特、价格亲民;另外得益于网络、媒体的大力宣传和当地人的热情好客。

在互联网发达的当今社会,特种兵式旅游打开了人们旅游新方式,也引发了旅游市场的巨大变化。从“溜溜有味”到“滨滨有礼”,再到“麻辣天水”,游客的旅游目的地已经不仅仅局限于过往的热门景点,而是有了更多、更丰富的选择。人们在不同的城市之间追寻美食、美景,追求体验感和获得感。可以说,哪座城市抓住了游客的“胃”和“心”,哪座城市就容易“出圈”,获得更多的流量。

我国地大物博,各地都有独特的美食和风味。地方美食要想“破圈”,除了具备独有的风味外,还要真材实料、价格

亲民。淄博的烧烤、天水的麻辣烫正是凭借这样的“美食记忆”,给游客留下了深刻印象,也抓住了游客的“胃”。

美食自带流量,而能够稳稳接住流量的要靠当地的文化和服务。在天水麻辣烫火起来后,这座城市也像淄博、哈尔滨等城市一样,开启了“宠粉模式”,开通麻辣烫公交专线、免费送景区门票,甚至出租车大哥也学会了“公主请上车”等礼貌用语。可以说,特色美食+服务已经成为很多城市吸引游客的标准动作。只有抓住游客的“心”,才将“流量”变为“留量”,将“网红”变成“长红”。

当前,各地文旅花式“内卷”,也带来了旅游市场的“百花齐放”,带动旅游产业蓬勃发展。挖掘、宣传好当地自带流量的美食文化,也是摆在文旅部门面前的一项重要工作。一波波流量在不同城市之间快速流动,这“泼天”的富贵,要落到哪座城市头上,我们不得而知。但只要练好内功,把服务做到位,将美食做出口碑,并且诚意满满,总有机会像淄博、天水一样,乘风而起,接稳一波流量。

车企 价格战 不能捡了芝麻丢了西瓜

陈瑞建

近日,男子刚买完车就降价1.7万元的事件引起了广泛关注。这一现象不仅是个例,更是当前车企“价格战”的一个缩影。在竞争激烈的汽车市场中,车企为了争夺市场份额,纷纷采取降价策略。然而,这种“价格战”真的是明智之举吗?恐怕在这场“战役”中,很多车企都在不知不觉中“捡了芝麻,丢了西瓜”。

笔者认为,降价在短期内可能会带来一定的销量增长。对于消费者而言,较低的价格无疑具有很大的吸引力。然而,从长远来看,这种策略可能会对车企自身和整个行业产生一系列负面影响。

首先,“价格战”会损害车企的品牌形象和利润空间。品牌形象是企业核心资产之一,过度依赖降价来获取市场份额,容易让消费者产生怀疑。长此以往,品牌形象受损,企业的盈利能力也会受到影响。此外,过低的价格可能导致车企在成本控制上陷入困境,进而影响产品质量和售后服务。如此一来,消费者的权益得不到保障,对企业的信任也将大打折扣。

其次,“价格战”不利于整个汽车行业的健康发展。当车企都陷入价格竞争的泥潭时,研发和创新就会被忽视。这对于一个需要不断进步和产品

升级的行业来说,无疑是一种倒退。如果车企不能在技术、设计、性能等方面进行持续投入和改进,整个行业的发展将受到阻碍。

那么,面对激烈的市场竞争,车企应该如何应对呢?笔者认为,需要从以下几点入手。

首先,车企需要注重提升产品的核心竞争力。这包括技术创新、产品质量、售后服务等方面。只有提供更优质、更具特色的产品,才能真正赢得消费者的认可和信任。其次,车企应该加强品牌建设。通过塑造独特的品牌形象和价值观,与消费者建立起情感共鸣,从而提高品牌的忠诚度。此外,车企还可以通过拓展市场渠道、优化销售策略等方式来提升市场竞争力。

总之,车企“价格战”不能以牺牲品牌形象和产品质量为代价。在竞争激烈的市场环境中,车企需要保持清醒的头脑,着眼于长远发展。只有通过不断提升自身核心竞争力,才能在中站稳脚跟,实现可持续发展。同时,消费者在购车时也应理性看待价格,注重产品的品质和性能,从而推动汽车市场的健康发展。希望车企能够意识到这一点,莫让“价格战”成为一场得不偿失的“游戏”。

图说

我们的价值观

上善若水常处下 至德本在百姓家

富文明和谐 友善诚信
爱国敬业 公正法治
自由平等 公平正义