

无悔 无怨 无憾

■田丰

“青春无悔、中年无怨、到老无憾”，“时代楷模”黄大年曾在朋友圈里感慨，大跨度的经历难免遭遇各种困难，拼搏中聊以自慰的追求正在于无悔、无怨、无憾。这位众人眼中的“拼命黄郎”，用鞠躬尽瘁的执着和卓越的科研成果，向人们诠释出生命的意义。

什么是人生？路遥给出的答案是：“人生就是永不停止的奋斗！”无悔、无怨、无憾，展现的是一种追梦的赤诚、奋斗的执着、超脱的追求。选定好目标，勇往奋进以赴之，百折不挠以成之，这样的生活才是充实的生活，人的精神面貌也会保持年轻。内心一团火焰，不为诱惑所动，不为困难所

惧，不为世俗所扰，这正是奋斗者应有的姿态。

无悔，就要做正确的事。“我们的事业是正义的。正义的事业是任何敌人也攻不破的。”做正确的事，能让人有成就感，也容易激发人的激情。做了自己不该做的事情，后悔就可能在所难免。“我感到了痛，深及肺腑；我充满了愧，无地自容；我无限地悔，肝肠寸断”。从曾经的高级干部到悔不当初的“阶下囚”，这样的忏悔录警示人们，触碰党纪国法的红线只会一失足成千古恨。做错事会后悔，想做而不做也会让人心中有愧。新买的书还没有开封，对家人的许诺还没有兑现，事业上的目标还没有完成……与其以后幡然悔悟，不如现在就按既定目标踏踏实实去干。

无怨，就要正确地做事。相对于做事，抱怨确实简单许多。工作上不顺心，便抱怨领导不关照、同事不给力；生活上不满意，便抱怨父母不帮忙、儿女不上进。其实，不顺利的事情即便真是别人造成的，也无需过多抱怨，不必拿别人的过错来耽误自己的时间，改变自己终究比改变他人更容易。无怨，意味着肩负起自己的责任，做好自己的事情，而不是总把别人当成负担和拖累。“改革先锋”称号获得者、电力工人张黎明，常年奋战在抢修一线，无论三更半夜还是刮风下雨。他常说：“最欣慰的事莫过于看到万家灯火”。抱怨等同于对奋斗的放弃，在实干家眼里，认准了该做的事情，一定会尽力把它做到最好。

追梦无悔，奋斗无怨，结果必然令

人欣慰而无憾。无憾，正在于不以成败论英雄，朝着理想的目标不懈努力。即便耗尽一生都无法到达胜利的终点，回首往事时依然可以无憾地说一句：“我尽力了”。同样是被授予“改革先锋”称号的上海市高级人民法院原副院长邹碧华，生前曾说：“如果每个人能让自己完美一点，历史也就会完美一点”。完美可能没有终点，但追求完美的过程必将让人终生难忘。

“我们都在努力奔跑，我们都是追梦人”，习近平主席在2019年新年贺词中，以此勉励人们努力进取、勇敢追梦。做奔跑者，当追梦人，这样的人生，需要勇于担当，更要尽力而为。让我们以奋斗者的姿态，不抱怨，早行动，求极致，尽情翱翔在梦想的天空。

画中有话

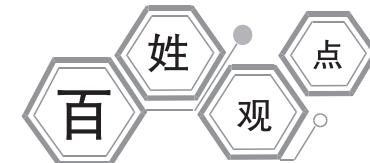
花开的尴尬

冬去春来，北方天气转暖，街上的“口罩族”反而多了起来，地铁公交里许多人喷嚏不断、涕泪横流。他们可能患上了季节性过敏性鼻炎。

专家提示，春季空气中花粉种类繁多、浓度较大，如果不加控制，小小的过敏性鼻炎可能带来鼻窦炎、分泌性中耳炎等并发症，少数人甚至会发展成为哮喘。因此，对待过敏，应“知己知彼”，不可“轻敌”。新华社发 商海春作



给孩子讲讲花钱那些事儿



■李晨铭

“套路贷”的套路走到头了。近日，最高法等四部门发布意见，首次明确界定“套路贷”，要求依法严惩。啥是“套路贷”？实质上就是以放贷为饵，通过所谓“担保”“抵押”等方式行诈骗之实。

不法分子经常挑大学生、未成年人、刚参加工作的年轻人等群体下手，看中的就是这部分人群容易受到不成熟的消费观、不健康的财富观的影响，乱花钱、乱借钱。现在国家要求严惩这种犯罪，固然是大快人心之举，但也给我们的家庭教育提了个醒，应该尽早培养年轻一代树立理性消费的观念，建立健康积极的财富观。

传统的家庭教育，重的是“忠厚传家久，诗书继世长”。怎么挣钱，不用你操心，怎么花钱，不用你费心，好好学习就是了。

这就造成一种缺环，很多孩子在经过了长达十几年的求学过程后，“问以经济策，茫如坠烟雾”，一方面缺乏理性消费的知识和正确看待财富的观念，一方面却在现实中无时无刻不被这方面问题所包围。结果或者表现为盲目攀比、非名牌不买，或者成为没想周全就冲动消费的“月光族”，或者幻想天上掉馅饼、一夜暴富……这就很容易让打着形形色色旗号的“套路贷”乘虚而入，中招被骗。

笔者亲戚家的小孩上小学三年级了，他的父母为了帮他养成挣钱不易的观念，列了一个家务工资表：刷碗一元，扔垃圾五角，扫地三元……这么一来，产生的一个效果就是，小孩不再像以前那样，看见什么好吃的好玩的就找爸妈要钱买，而是第一时间就说好贵啊，掂量掂量自己的小钱包之后，多半就作罢了。

让小孩先学挣钱，再学怎么花钱，这是笔者亲戚的教育理念。新闻里也经常看到，每逢假期里有庙会、集市，就有父母带着孩子摆摊，说是不为挣多少钱，就是让孩子体会一下挣钱的艰难，花钱就会有所节制。现在也已经有少数高校开设了与理财有关的选修课，受到了大家的欢迎。

古人把钱说成阿堵物，是迂腐；有人把钱当成万能的，更是不足取。适度给孩子讲讲花钱那些事，就挺好。

新式饮品 打开一片市场蓝海

■林峰

【现象】近几年，一些新型现制饮品悄然出现在城市街头。奶茶店、咖啡馆、鲜榨果汁店等，在街巷和商场随处可见。国内一家智库的研究报告表明，2018年中国饮品市场规模约为2792亿元。一些新式饮品不仅成为市场宠儿，而且开始向品牌化、资本化方向转型。

【点评】从早期的大碗茶到后来的港台奶茶、欧美咖啡，很多人对现制饮品并不陌生。或是冲泡茶粉、奶粉精、速溶咖啡粉，或是添以现成珍珠粉圆、仙草粉等佐料，或是街边档口、人工摇制的消费场景，共同构成了现制饮品的早期印象。

来自供给侧的主动变革，逐渐打破了现制饮品廉价低端的陈旧印象。不同于传统现制饮品，一些本土新式饮品从原料选择、生产流程、门店运营等方面进行了全面升级。比如，追求天然品质，探索成品口感，讲究外观包装，提

升店面装潢等等。科技感、互动感和空间感的相互作用，产生了极高的渗透率和转化率，为新式饮品打开了一片蓝海。

新式饮品的崛起不是偶然，得益于人群的迭代，也离不开消费的升级。我国2018年恩格尔系数为28.4%，全国居民人均消费支出扣除价格因素比上年实际增长6.2%，最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率达到76.2%。无论是出于消暑解渴，还是用来提神醒脑，购买一杯高纤、低糖、低脂的现制饮品，已经不再是跟风从众的“赶时髦”，而是一种自然而然的生活方式。

值得一提的是，在现制饮品的风靡中，“她力量”的作用不只是“半边天”。统计表明，现制茶饮的消费人群中，女性占比74.8%；现制咖啡的消费人群中，也有68.7%为女性。这其实不难理解，从消费时间上看，新式饮品的订单产生时间多集中在下午，这正是女性消费者购买饮品和甜点的高峰时段。从消费能力上

看，2017年淘宝女性用户的消费金额较2015年增长了64%。女性力量叠加消费热点，自然就打通了从网红潮流向大众消费的衍生途径。

从消费心理的角度来看，新式饮品不再满足于解渴，还被赋予了不少附加值。拿社交属性来说，一方面，“高颜值”和高互动性的产品设计，容易令消费者产生愉悦感，提高在社交平台的传播意愿。另一方面，人流量大的门店地段、高品质的装潢空间，增加了顾客逗留的频次和时长。吸引越来越多的人为商品的独特性和稀有性支付溢价，为品牌打造“活动的广告牌”，不失为一种高明的营销手段。

当然，营销不能只是套路。人为制造的“网红盛况”，最终将陷入同质化的陷阱。再精致的品牌设计、再高明的营销技巧，也得让位于洞悉消费者的需求、满足高品质生活的向往。深耕质量与创新服务并举，才能为新式饮品在生活中找到一席之地。