

是谁动了我的“下铺票”？

社会热点

□邓海建

近日，有网友反映，在铁路12306购票网站上连续数日购票，一直订不到下铺。12306客服人员称，网络订票采用随机分配规则，铁路系统不可能截留下铺票。打假人士方舟子将一封署名“购票者”给他的信贴在了自己的微博上，并称“铁道部网上购票系统涉嫌造假”。

“下铺票”哪里去了？答案众说纷

纒。网友很委屈，说买票N次，一次也没买到过下铺，这个概率“中奖”事件引来成千上万的跟帖，也有理性者说，其实你要一次买多张，这样就能分到下铺。对此，购票网站觉得很无辜，说网上订票为随机选择，窗口订票与网络、电话订票一样，都采用同一个票库，不存在预留下铺票的情况。一个是实证逻辑，一个是理论逻辑，各说各有理。

其实，与其说公众在质疑下铺票的去向，不如说是借机质疑网购体制而已：一者，按照相关部门的说法，由于目前网络和电话都不能指定上下

铺，只有窗口订票或者代售点订票才能自主选择席位。这也意味着，最便捷的购票方式很可能都买不到“下铺票”，那么，在电话或网络购票的技术上增加“选座”功能很难吗？反正都是随机选择，为什么网购系统不能及时升级？

二者，今年的3月30日，京东商城推出火车票预订和代购业务，此前提供火车票代购业务的商业网站还有去哪儿网、携程网、铁友旅行网等。但就在京东着手网售火车票的时候，铁路部门随即发表声明，称12306网站是销售火车票的唯一专业网站，没

有授权或委托任何其他网站开展火车票发售或代购业务。“清理门户”是怕下线太多，层层盘剥消费者，这当然是好事。但问题是，为什么官网与商业网站要成为上下线的关系呢？按理说，商业网站不过就像实体售票处多开的几个窗口，统一纳入铁路部门的网售监管体制当中，网站又能赚钱、票务又能合理公平分流、乘客还可以有更多便捷选择，这是多好的一件事！事实上，春运期间，12306网站的自我封闭运行受到广泛批评，购票难、退款难、登陆难……在实名制实施后，像飞机票一样开放火车票销售

已经完全没有技术障碍，倒是“独家售卖”挤破头的现实令公众多有怨言。如今，“下铺票”有了疑问，当事部门显然有义务首先自证清白。

身正，影子才会不至。“下铺票”悬疑说到底还是公信力的危机，如果开放与公平是铁路部门的一贯形象，那么，买“下铺票”何以闹成公共追问？也许我们的“下铺票”一直都在，也许铁路部门确实恪尽职守——但这些都不重要，重要的是，重塑公共信心、弥合双方断裂，需要的不只是一张票，还得有更多看得见、感受得到的制度诚意。

离婚分玩具

□文/言者 图/春鸣

80后的张玲(化名)在网上结识了同龄人傅强，其后恋爱结婚，并育有一女。婚后不久，两人常为家庭琐事争吵，女方责怪男方整天沉迷于打游戏，不尽丈夫和为父之责，遂打起离婚官司。法庭上，双方对财产皆很计较，连女儿的玩具都要作为夫妻共同财产分割。经法院调解，两人达成离婚协议，玩具归带孩子的一方。

作家巴尔扎克说过，“结婚是一门科学”，因此，步入婚姻围城的人，得有小学生的谦逊和耐心，学习生活，学做夫妻，学男女相处之道，而且，还得在学习中不断成长。若总是像幼儿般任性，永远长不大，此类婚姻绝难长久。

离婚时玩具也要争，看似维护一己权益，但如此婚姻，已与孩童的过家家无甚区别。据说，现代社会许多人的心智成熟愈来愈晚，往往自己还是孩子，却已有了孩子。或许，今后民政部门办结婚登记时，不仅要看看户口年龄，恐怕还需查查心理年龄。

画中有话



百姓观点

“最牛丈母娘”触痛了我们的焦虑

□杨燕明

近期，“史上最牛丈母娘”在微博上一炮而红，该母亲对于女儿相亲对象的苛刻条件令人咋舌，其条件的第一部分为机器筛选，包括对方外貌、行业、18型人格等27项信息的excel表格；第二部分则为人工筛选，丈母娘备有一本详细的相亲日记，记录了双方见面的每一个细节，稍有不满意，立即踢出局。

看完这考察范围，我不得不说，多数内容是每一个丈母娘都会

关心的内容，总不可能找个女婿，什么都不问吧？这也太不符合中国父母的形象了。换言之之，每个丈母娘都会问的问题，有人直接量化打分了，却被冠之以“最牛”，其实是有待商榷的。只能说，这丈母娘最现实而已，最牛实在谈不上，关心女儿的终身幸福，每一个做母亲的都义不容辞。

在我看来，这“最牛丈母娘”完全可以理解，且其行为没有任何问题，之所以引发热议，还在于逼仄的现实压力，物价上涨、生活成本

上扬等等，但工资却多年不涨，又嫁接在工作难找的现实氛围之下，丈母娘自然日复一日地变得更加要求严格，只为筛选出条件最好的对象，让女儿少受点苦。试问，这血浓于水的亲情有错么？

如果说要有错，也只是被好事者上传到网上，不然丈母娘私下对比，无人得知，恐怕不会引发这般热议，也不会有那么多人声讨了？换言之之，无数人的声讨其实也是无数的控诉，控诉生活之艰。可以说，“最牛丈母娘”不过因为其现实

的举动，触动了公众的伤口，公众叫啊喊啊，也无可厚非，毕竟痛在其处。

女儿的幸福等不起，一旦青春不再，容颜不复，自然就缺少讨价还价的余地。丈母娘的纠结，其实也是拜现实所赐。在一个逼仄的社会，活在现实，这无可厚非，每个人选择的的生活方式不一样，别人无权评价。我们只能问，到底是谁将丈母娘逼成这个样子？回答这个问题，远比探讨“最牛丈母娘”本身更有现实意义！

请客奢华超法国总统国宴，中国商人为何爱奢华

□蔡辉

国家创新与发展战略研究会副会长吴建民表示，中国商人请客奢华超法国总统国宴，他表示，要坚决反对奢华，减少浪费。

确实应倡导勤俭节约的美德，但在喊口号之外，还要想办法。

现代社会是商品社会，这意味着商人群体是一个社会的精英阶层，他们必须有足够的理性、专业水准、意志力、才华等，方能在激烈的商战中取得成功，可为什么他们连奢华这样的门槛都迈不过去呢？

在中国历史上，宋代和明代商业都很发达，但商人社会地位不高，随时被权力盘剥，像盐业这样的资源行业，更是不堪入目，谁肯行贿，谁就能获取市场垄断地位，即使是无赖和蠢货，照样能赚得盆满钵满。市场本来公平，可总是老实经营吃亏、邪门歪道发达，那么，一个社会的风气必被污染，有进取心的，千金一掷去投靠权力，没进取心的，醉生梦死，听天由命。明末中国已发明出高效率的水力织布机，类似的发明开启了英国工业革命，我们却将它束之高阁。

因为生产再多产品，也不如酒桌上几句肉麻的吹捧，再好的发明，也不如搞定有权者。

当一个民族在精神上失去自尊意识，在道义上不愿有所坚持时，那么，错过现代化的机遇，难道不是历史的必然吗？别人在飞奔，我们在推杯换盏，别人在不断突破，我们却自甘堕落。更可怕的是，贪婪奢华极大地腐蚀了社会的道德基础，黄宗羲曾发出“天崩地解”的惨痛之呼，因为在民族危机面前，不论是读书人，还是精英分子，皆不愿为天下苍生而担当，大难临

头之时，他们依然不肯振作。

商业的本质是优化配置社会资源，商人的本性是吝啬好利，当一个社会中对利润最敏感群体也沉浸在大吃大喝中，我们应深思：这究竟是他们的自身修养出了问题了呢，还是有更深刻的原因？

让商人们节俭起来不难，无非是两点：首先，让他们看到发展的前景，从而把个人花销投入到再生产中；第二，靠请客吃饭，他们无法得到非分的利益。而做到这两点，还是要权力真正扮演好自己的角色。

别让子弹乱飞

社会热点

□高路

中国政法大学法学院副院长何兵最近不小心当了回养牛专家，他在微博爆料称，国内许多高龄奶牛，靠激素才能产奶。养殖户为治愈奶牛因超标挤奶引发的乳房发炎，而让奶牛注射大剂量抗生素……因此只有少数品牌的鲜奶能喝。这番话被网上解读为，中国学者称高龄奶牛靠激素产奶，立马又引来网友对奶企的口诛笔伐。

高龄奶牛也是老话题了，若干年前就风传过，我相信这个世界上有高龄奶牛，但不相信这是个普遍现象，高龄奶牛，产奶量少，哪怕有激素喂着，也不可能改变生老病死的规律。另一方面，饲料一样没少吃，从经济学角度看，未必划算。

当然何兵是个名人，他说的话很多人会相信，但何兵只是法律专家，不是养牛专业户，他在奶牛行业上知识的贫乏，可能跟我们也差不了多少，对养牛问题，他跟普通人一样，没有太多的发言权，非要给他冠上一个“专家”的美名，很是牵强。何况高龄奶牛的事只是何兵从同学那听来的，他自己并没有亲眼看到过高龄奶牛，有道听途说的嫌疑。作为专家，何兵的微博拥有不少粉丝，发布这样事关重大的消息应该慎重些，假如只是耳闻而已，没有亲眼目睹，随意发布出去可能会造成误伤。事实证明，现在微博上的消息传播速度是非常快的，而且很容易引起网友的错误解读。

高龄奶牛有没有？有多少？我不懂也不敢枉下结论。不过可以肯定的是，奶业又感冒了，伊利股份开盘就大跌，很多人再一次表示今后不再喝中国奶了。躺着也会中枪，要怪只能怪奶业太脆弱了，经历了三聚氰胺事件，以及奶品标准等一系列质量门事件后，奶业就像个风化了蛋壳，一碰就破，而且每一次都是生死考验。

这个时候正是权威声音发声的时候，不幸的是，我们又一次看到有关方面的沉默。前段时间炒得火热的奶业标准问题，只见专家满天飞，不见政府部门发声，看起来，有关部门明哲保身没有卷入是非，但此事闹到最后，还不是让人看了政府部门的笑话。

自媒体时代，想说什么很容易，想不让人说什么很难，你已经没办法去约束别人的言行，要求别人对你负责，这是现实。重要的不是谁说了什么，而是事情本身的透明度，比如你本身问题多多，丑闻不断，就不要怪别人胡乱猜测了；又比如，质疑来了该你吭声的时候你却选择沉默，那别人只能怀疑你心中有鬼了。

对食品安全问题，得有一点感同身受的真诚，得理解网友们想了解真相的迫切，得明白食品安全事涉及千家万户不容小视这个道理，不能动不动就冒出，“你说吃了致癌，它得吃几吨、吃几年才致癌啊？”诸如此类自毁清誉的话。而沉默有时候比那些雷人的话语更可怕。