

“伸腿费”与“茶位费”



■海涛

最近,国内有航空公司表示,准备在一些国内、国际航班上推行付费选座:经济舱乘客自主选择第一排、安全出口等空间较大的座位时,需要支付一定的费用,这被乘客戏称为“伸腿费”,具体花费从几十元到数百元不等。

推行付费选座的航空公司说,跟一些公司之前搞的优先登机、餐食订制等一样,付费选座是“花钱买舒服”,是一项个性化、多样化的增值服务,也是国际惯例。可更多乘客担心:座位是按“舒适度”区别收费了,乘客会因此得到更好的服务吗?第一排、安全出口的座位收费了,将来靠窗的座位会不会收费?靠走道的座位会不会收费?一旦座位“增了值”,而服务“没增值”,这不就是变相涨价吗?

乘客的担心不无道理。“花钱买舒服”,看似合理的经营理念,对付费选座能否适用,确实值得讨论。无论是经济舱第一排还是安全出口,这相对宽敞的客舱空间,都是飞机上的公共区域,属于客舱全体乘客所有。如果航空公司用这些区域谋取附加利益,就有重复收费之嫌,侵犯了所有乘客的合法权益,是不应该提倡的。何况,安全出口的座位虽然宽敞,却承担着应急撤离的任务,飞机对坐此座位的人有一定的要求,是不应该被标价出售的。

类似的有火车上的餐车。前不久,有报道说某铁路列车在餐车上推出“茶座”,买站票的乘客支付 80 元,就能在餐车内

坐一夜,称之为“茶位费”,这种做法同样引起争议。很多人认为,所谓的“茶位费”,实际上是有重复收费之嫌,侵犯了其他乘客的权益:因为餐车是用来供乘客轮流就餐使用的,餐车空间归全体乘客所用。如果在餐车设置“茶位”,明码标价卖给个人,就背离了餐车的公共属性,这恐怕不合适。

退一步讲,将付费选座称为“国际惯例”,也不一定站得住脚。从国外看,最早只有廉价航空公司实行付费选座,这是以相对低廉的票价为前提。国际金融危机爆发时,一些大型航空公司借鉴廉价公司的做法,用“伸腿费”来弥补经营上的亏空。但这也只是一种个别做法,且一般用于国际远程航线,在国内航线很少使用。而且,这些收费项目也不是想收就收,必须经过严格的审批才能获得“许可”。反观国内,一些航空公司自说自话对选择舒适座位的乘客收取“伸腿费”,咱心里怎么能舒坦?

市场经济下,企业追求利益最大化固然没错,但要守住规则底线,维护好消费者权益。目前,无论民航、铁路,都不是完全市场化竞争领域,仍然具有公共服务属性。特别是在二三线城市,民航航班往往只有一家航空公司垄断经营,铁路更是独此一家,别无分号。消费者就算对其服务感到不满,也很难用脚投票。所以在收取“伸腿费”之类问题上,运营企业就更应该充分考虑消费者意见和市场接受程度,而不能无视百姓呼声,过于随性、任性。企业与国际惯例接轨,最应该做的,是多找找自身与国外先进企业的差距,提升服务水平,而不能只在对自己有利的项目上与国际“接轨”。如果不提升服务水平,只是挖空心思想取“最大利益”,这显然有悖市场公平原则,对企业树立形象、开拓市场、吸引客户等,肯定会产生负面影响。

进孔府刻字不是不朽是不知羞



■国强

“鲁班爷门前舞弄斧子”,“关公面前耍大刀”,都是形容自不量力、学艺不精却在行家面前卖弄的话。两句成双,三句成套,现在有第三句了:孔圣人府里刻字。

近日,各大媒体报道:记者在世界文化遗产、全国首批 5A 级景区孔府看到,各类刻字“爬满”了有着 600 多年历史的古老青砖,孔府内的古墙俨然成了一些游客的“签名册”。虽然景区内的提示牌及门票上都明确标注着参观游览注意事项,但这些都没有阻止游客刻字的热情。

在别的景区刻字,还比较好理解,大约是觉得景色好还不够,刻上“到此一游”,等于是留下墨宝了,给景区增加了文化含量。但是,到孔府这样的地方参观游览,难道不是出于对传统文化的景仰、敬重?难道孔府缺了你几个字就没有文化了?或者在孔府这样的地方留下自己的名字,刻字者的身价、身份也就向孔夫子靠

近了?如果是这个目的,也应该在家里把字练练好再来。

在圣人家里,在传统文化的圣地胡乱涂鸦,难道不觉得是对文化的不敬吗?不值得你尊敬的地方,何苦花这门票钱呢?单买孔府的门票是 90 元,孔府、孔林、孔庙联票 150 元;这个价格,可以叫上一个朋友喝顿小酒了。

曲阜文物局办公室主任张金营说,如果用工具强行将字痕磨平,将会对青砖造成二次伤害,如果用材料将字痕填平,时间久了会被风化。磨也不是,填也不行,这些刻在古墙上的字,将和古墙一起永垂不朽了!

刻字行为,潜意识中,是在追求不朽。春秋时鲁国大夫叔孙豹称“立德”、“立功”、“立言”为“三不朽”。“立德”,即树立高尚的道德;“立功”,即为国为民建立功绩;“立言”,即提出具有真知灼见的言论。此三者是虽久不废,流芳百世的。跟“立德”、“立功”、“立言”相比,“立字”比较不费力气,容易办到。

那么,刻字能不能成为第四个“不朽”呢?古往今来,在名山大川刻石留名者众,这些字已经成为景观的一部分——已经不朽了。能在名山大川上题字的,都是当世名家,在书法、艺文方面,大都造诣很高,都是下过苦功的。这样的人,会随随便便涂鸦丢丑吗?

画中有话

不老番茄



■大汗/文 春鸣/图

8 月份,济南傅女士在市场买了 4 个西红柿,当天炒菜吃掉 3 个后,剩下一个放在厨房被遗忘了。直到 9 月份,当傅女士再次见到这个西红柿的时候,这个西红柿跟刚买回来时一样,样子一点都没变。出于好奇,傅女士开始在朋友圈记录这个西红柿的变化过程,直到 11 月 5 日,西红柿已经在傅女士家度过了 79 个夜晚,但仍“容颜未变”。

我们生活在一个神奇的时代,番茄放 80 天“面不改色”,月饼放一年“金刚不坏”。因为各种偶然,不老番茄

和不腐月饼得以幸存,并让人们见识到它们的神奇,更多的情况下,它们其实应该被送往人类的消化系统。它们的神奇,不会令人惊喜,更多的反而是惊吓。因为人们能想到的是,更多神奇之物可能已进入衮衮诸公的五脏六腑。

年老则色衰,大自然的真理。番茄和月饼不可能有都教授 400 年不坏的容颜,它们的“长生不老”,只不过是某些商家为了追求光鲜的卖相而出卖了买家的健康。就如最近一个老出镜的女影星,虽然已年过 60,但那 20 岁般蜡像似的容颜,你感觉到的并不是美,而是一种说不出的吊诡。

死记硬背不可取

短评

■欧仁

据《扬州时报》报道,近日,安徽省文明委对淮北市全国文明城市创建工作组织模拟测评,淮北某小学随机被抽查的 6 名学生中,3 名学生背不出社会主义核心价值观“24 字”。安徽省省文明委决定对淮北黎苑小学校长全市通报批评。

在学校中有意识地进行价值观方面的宣传教育,这本来是一件好事。然而,这种宣传教育应该怎样进行?是否一定要以背诵的方式去检验教育成果?据介绍,此

次被抽查的 6 名小学生中,不会背诵的均为该校一年级学生。在此,笔者不禁疑惑,让如此年幼的孩子背诵核心价值观“24 字”,就算他能靠死记硬背勉强记住,又能对这高度凝练的“24 字”真正理解多少呢?

社会主义核心价值观内容非常丰富,而小学生的思维水平和认知能力尚且处于较低水平。如果想让他们全面了解并掌握核心价值观内容,难度显然很大。其实,小学教育还是应该注重寓教于乐。管理部门最需要考虑的是,如何将价值观这种比较抽象的东西,通过生动有趣的形式传递给学生,让学生对其有初步领会即可,而不是机械地检查孩子们是否能一字不差地背诵相关术语,最终还把惩罚的板子落在了校长的身上。

说到底,价值观教育的关键在于理解,不是死记硬背,其最终目的还是要让孩子们能够健康积极地成长。