

少年学生之死背后 是家教失败

□ 陈广江

11月16日,河南媒体报道了两起悲剧,悲剧主角都是少年学生。一是南阳市十三中九年级十二班15岁学生云博,因心脏骤停猝死在早自习课堂上,孩子父亲发文忏悔;二是鹤壁市山城区一13岁女孩疑因学习成绩差被亲妈打死,目前女孩妈妈已被刑拘。(11月16日《大河报》)

一个15岁少女,一个13岁少女,在最美的年华凋零,令人唏嘘不已;一个是单亲父亲,一个是留守妈妈,留给他们的只有懊悔的泪水。虽是个案,但发人深省。对比两起悲剧,不难发现,尽管有学业负担重、学校教育失职等因素,但不得不说,两个花样少年之死的主因是家庭教育的失败。

对15岁男孩猝死课堂,很多人认为学校老师以及现行教育体制更应反思。道理没错,目前孩子课业负担的确很重,学校当然也有难以推卸的责任。但从男孩父亲真诚而深刻的忏悔中,我们分明看到了一个失败父亲的形象。孩子的压力已到了不可承受之重,父亲竟毫不知情,对孩子极度匮乏的睡眠熟视无睹,只能说明父亲的严重失职。

13岁女孩疑因学习差被亲妈打死一事,更直接反映了家庭教育失败所造成的毁灭性灾难。据警方称,13岁女孩王玉因为学习成绩不好,加之前段时间拿了同学10块钱等原因,被亲生妈妈拿棍棒殴打致死。很明显,亲生妈妈失手打死女儿,也是因恨铁不成钢才有了极端的棍棒教育,结果酿成大错。一个母亲能用棍棒把孩子打死,纵然是失手,也至少说明其家教失败得一塌糊涂。

面对一个单身父亲的泣血忏悔,天下父母都要好好听一听,身为为人父人母的我们,是否也过于注重孩子的成绩而疏忽了孩子的身心健康?面对一个铸下大错的留守妈妈,天下父母更要当成镜子照一照,在孩子成绩不理想或犯下错误的时候,我们是否也气急败坏、不择手段地举起了棍棒?

但愿每一个家庭都是温馨快乐的,但愿每一个父亲母亲都能尽到基本的职责,但愿悲剧不重演。

世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

“野蛮分拣最高罚5万”是苦口良药

□ 叶倾辰

国务院法制办公室昨日就《快递条例(征求意见稿)》公开征求意见。征求意见稿规定,经营快递业务的企业及其作业人员以抛扔、踩踏或者其他危害快件安全的方法处理快件的,将被处最高5万元的罚款。(11月16日中新网)

公允地说,“野蛮处理快件最高罚5万元”对一个快递员来说的确有些沉重。因为虽然在一些发达城市快递员的收入达到每月万元,但一些偏远地区,这份工作仍很难称得上薪水丰厚。

但从保障用户权益角度来说,“野蛮处理快件最高罚5万”可以说是以重典治理快递行业乱象,虽然苦口,但毕竟是良药,能促进快递员强化服务理念,构建良好的行业秩序,反过来推动行业发展。

当然,根据快递行业的特点,快递员日常要接触大量的快件,其中出现一些无意的损毁,肯定是正常现象。“野蛮处理快件最高罚5万元”条例应当不忽略此种现实,在执行上更侧重于如何区分无意损毁与野蛮损毁的情形,用司法鉴定法的技术支撑为“野蛮处理快件最高罚5万元”撑腰。

互联网时代,快递行业迎来了勃勃发展的生机。但与此同时,一些乱象也在快递行业滋生,比如抛扔快件、踩踏快件,忽略顾客的感受。从这个意义上来说,“野蛮处理快件最高罚5万元”也是一次宏观层面的行业变革提醒,督促快递业勿忘市场服务理念,正视行业发展中的乱象,重塑行业文明,真正把顾客摆在第一位。

此外,“野蛮处理快件最高罚5万元”后,也需要补齐针对快递公司的约束,督促他们提高快递员的录用门槛,加强对快递员的培训,从人员素质上把好关口。

非常道 | FEI CHANG DAO

白岩松:现在说话风险加大 但沉默不语更危险

11月15日下午,白岩松携新书《白说》来蓉签售。记者就网络时代如何说话等问题提问白岩松,他表示,网络时代说话的风险加大了,说话变成了一件不好玩的事,甚至充满危险,但沉默不语更危险!

白岩松称,2008年,台里开设《新闻1+1》,我成了被拿出来做实验的“小白鼠”,成为“CCTV第一个新闻评论员”。得罪人的时代正式开始了!做主持人风险小,各方点赞的多;而当了评论员,就不是喜鹊而是啄木鸟,今天说东明天说西,得罪人不可能。但我想,一个不得罪人的新闻人合格吗? @华西都市报

微声音 | WEI SHENG YIN

“最心酸”小学生作文: 爸爸只爱玩手机

“我的爸爸很爱看手机……我叫爸爸跟我一起看书、玩,可我叫完,爸爸没听见……终于叫进来了,爸爸还拿着手机……”上周五,一篇重庆南岸某小学3年级小学生的作文,引发网友深思——“希望写的不是我”,想想,你陪家人的时间和耐心,够吗?

@潇湘晨报

你压力大吗? “压力山大”的6个迹象

美国《赫芬顿邮报》指出,有时压力会通过一些微妙的迹象告诉你“他来了”:①听到铃声、嗡嗡声等别人听不到的声音;②由健谈变为寡言少语;③变得容易感冒;④便秘;⑤频繁做噩梦;⑥感到肩颈沉重、紧绷,手发麻。出现以上情况,要注意给自己减压哦!

@生命时报

时事乱炖 | SHI SHI LUAN DUN

“书记开微店”不宜提倡

□ 木须虫



念错了“经” 王恒/漫画

电商、微商蓬勃发展的时代,开网店、微店不足为奇,可您听说过市委书记开微店,在朋友圈里推销本地特产的吗?近日,吉林敦化市委书记唐文忠就在自己的微信上开了“唐文忠的小店”,为敦化官方直营的土特产品店“大德敦化人人店”代言,并号召朋友们成为自己的分销商。(11月16日《新文化报》)

作为主政一方的党政官员,发展地方的电商、微商,把本地产品卖向全国,搞活流通,推动全民创业,惠民富民,自然充满善意,哪怕是亲自上阵为本地土特产代言,也是职责范围内的事情。

不过理性来看,“书记开微店”与以往书记、市长卖苹果、蔬菜,推介和牵线搭桥的纯义务的性质并不相同,而是实实在在的经营行为,宣传产品、销售产品,按销售额的比例取利。尽管其目的只是示范带头和推介地方,但是其具有的鲜明职务身份特点,决定了其销售难以撇清权力因素的影响,很多情况下,很难判定其朋友圈的购买行为是冲产品还是“书记”去的。按照党纪的规定,党员领导干部禁止经商办企业,这是廉洁从政的基本要求,目的是在个人利益与手中公权力之间掘出隔离带。书记的微店虽小,但其影响并不小,客观上只要其提成模式存在,便给权力寻租提供一种可能的现实途径。

所以,“书记开微店”并不利于个人的廉洁自律,同时,他所倡导的官员带头开微店,也事实上在鼓励官员经商,同时给权力腐败留下了土壤,这与从严治吏的要求是背道而驰的。事实上,地方微商、网商的发展,并不看书记和党政官员的微店,而取决于它能不能真金白银地赚钱,农民能不能实实在在地从中获益。正因为如此,主政者应做的是为微商的发展提供便利、创造条件,而非越俎代庖,直接去开店。总之,不管是领导干部廉洁从政的要求,还是发展产业的客观规律,都决定了“书记开微店”不宜提倡。

格力用行动的力量让安徽沸腾!

三大亮点给你实惠:10万人进工厂 参观生产线 零环节裸价直销

“48小时疯惠江淮,11.28/29,10万人一起让安徽沸腾”的微信消息,宣告格力·晶弘“10万人进工厂家电直销会”即将拉开序幕。这不仅是格力家电在皖的一次促销活动,更是格力融合自身固有优势和互联网+新要求而做出的重大变革。此外,在家电直销盛宴进行同时,安徽格力特邀本土时尚乐队现场助阵,举办首届沸声工厂音乐节,让消费者在购物的同时感受音乐魅力,畅享缤纷生活。

打造产销模式2.0——不仅仅是低价狂欢

格力领航家电产业转型升级,创新思路实现中国智造。格力电器工厂巡展开启产销新模式,目前已取得傲人成绩:9.2株洲站8小时销售总额突破1000万元,9.19武汉站6小时销售额超1亿元,同天长沙站销售额突破3500万,10.31芜湖站9小时销售总额达3000万元,同天石家庄工厂巡展集客人数达3万人,成交量3万多台……11月28日、29日,格力·晶弘“10万人进工厂家电直销会”,让安徽消费者看到实实在在的技术和品质。届时,合肥格力空调工厂、合肥晶弘冰箱工厂、芜湖格力空调工厂三大会场开放,消费者将真正走进格力工厂,现场参观世界500强企业现代化、智能化的生产线,直接在生产工厂购买,没有中间环

节,家电一站式购齐,2016年不用再买家电。

现场购买的所有商品,价格可保全冷年。格力家电承诺,所有直销会商品售价一降到底,2015年11月27日至2016年7月31日期间,如果低于此次销售价格,将全额退还差价。活动现场购买格力空调的用户,可尊享格力空调10年免费包修。现场购机即可抽奖,赢取999元格力小1P超强冷暖挂机、666元晶弘冰箱、9元电水壶、99元电磁炉以及666元三洋5.5kg全自动洗衣机、999元TCL32寸LED电视等多种劲爆特价机型购买资格。此外,现场购买格力空调的用户,均可享受十年免费包修。

全安徽,看格力。期待格力让安徽沸腾!

活动形式:面向全省消费者工厂直销,三厂同步进行。安徽格力通过全省4000多家网点及17各办事处,组织各市县、乡镇消费者免费乘大巴前来。

参与方式:即日起,可到本报或全省各格力网点购买入场券(60元一张)

活动优惠:价保2016冷年(至2016年7月31日),各种特价抢购、抽奖,且送十年免费包修卡,更多详情见活动宣传物料。

何亦邨/文

10万人进工厂
10万人大团购
空调·冰箱·彩电·洗衣机 一站式购齐
没有中间环节 价格一降到底 一步到位 全年价保



进入“微利”时代,白色家电竞争越来越激烈。格力电器能够持续20多年的稳健发展,源自于独特的优势——优秀的企业文化和强大的行动力。2015年,格力再出新招,开启格力·晶弘“10万人进工厂家电直销会”嘉年华,实现互联网+时代的自我变革,让安徽家电业再度沸腾!

10万人进工厂家电直销会——互联网+时代的自我变革
“互联网+”是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进。面对新格局,中国的家电业必须找准新方向、走对新路子。格力公司成立以来一直强调以“实”为核心的“实、信、廉、新、礼”企业文化,营造务实诚信、廉洁奉公、开拓创新、忠诚友善的文化氛围,倡导“向科技要成本,向管理要效益”。正是这样的企业定位,让格力不断迎难而上,赢得家电品牌新突破。面对机遇与挑战,格力积极探索转型,在“互联网+”时代下寻求营销路径拓展和传统家电业的变革。格力将官方微信平台(ahgree)打造成为与客户分享营销优惠活动的重要渠道。刚刚步入11月,格力就推送了