



游泳池“下乡”呵护孩子暑期安全



近日,记者在广西贵港市走访时了解到,为避免学生特别是农村学生到江河湖泊野泳,当地正推进乡村游泳池建设。

随着一个个村级游泳池投入使用,孩子们消暑戏水有了好去处。(7月31日《南国早报》)

每年暑期预防中小学生溺水问题,从地方政府到教育部门,再到中小学都是工作中的重中之重,但是却仍旧无法避免一些未成年人溺亡悲剧的发生,让人痛惜不已。其中一个很重要的原因就是,在未成年人自制力比较差,酷暑天气又难敌游泳、戏水诱惑的前提下,学校放假以后,教育部门和学校鞭长莫及,而孩子的家长又因为忙于工作和劳动,有心无力。

在这种情况下,在广西贵港市一些地方大力推动的游泳池“下乡”项目,也就凸显出它的特殊价值和积极意义来。

记者在现场探访看到,在桂平市的木根镇木根初中游泳培训基地,不仅拥有一个半标准泳池、一个培训池以及两个儿童戏水池,还有救生圈、急救箱、休息凳、更衣室等基础设施,规模比一些县城的游泳场馆还要大。

尽管在暑假期间,这些乡村游泳池为了维持自身运行,也会向前来游泳的孩子、家长收取一定的费用,但是费用要比市场上的其他游泳场所便宜很多。最关键的是,对于绝大多数乡村地区来说,以前即便家长愿意花钱让孩子更安全地游泳、戏水,但是却苦于找不到相应的场所,而现在有了游泳池“下乡”,

收费又比较低廉,同时有专业的救生人员保障孩子们的安全,所以广大家长是从内心愿意自己的孩子到这些地方来游泳、玩水的。

可以说,游泳池“下乡”,填补的是广大乡村地区游泳场馆欠缺的空白,但是保障的,却是无数乡村孩子的人身和生命安全,可以有效防止各种溺水事故和悲剧的发生。

对于游泳池“下乡”,也有人担心其能否实现良性循环、长期运营下去。实践证明,通过专业的第三方运营,乡村游泳池可以实现自我造血功能。以上面提到的木根初中游泳培训基地为例,通过招收暑期学员、售卖门票和游泳设备等措施,运营一个月以来,月营收已超过月成本数倍,预计三五年内可收回成本。所以,这样的模式无疑是值得借鉴的。

苑广阔

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



市场星报官方微博



时事乱炖

售房取消“公摊面积”,是时候了

记者从安徽省合肥市房地产工作专题会上获悉,为避免公摊面积比例过大,合肥市将积极探索商品房销售按套内面积计价。计划试行取消商品房的楼层差价率限制,把定价权交给市场;试行车位、车库与商品房同步办理预售许可证,但严禁捆绑销售。(7月31日本报05版)

关于公摊面积的争议多源于其背后存在的各种乱象,比如未提前对购房者进行公示、计算方式不公开透明、哪里是公摊面积等。绝大多数开发商为获利,频频打起公摊面积的主意。公摊面积是房地产市场“最不透明的一项指标”,公摊计价销售模式全国采用情况不一致,有的将公摊面积计入精装修面积;有的将公摊面积擅自挪作商用;有的将公摊面积再收服务费……尽管“公摊面积”持续受到社会各界质疑,但对于公摊面积到底如何计算,如何使用,一直十分模糊。

所谓的公摊面积,是为整栋楼服务的电梯井、管道井、楼梯间、设备间、保安室、变电



“瓜皮”太厚 王恒/漫画

室、过道走廊、公共门厅、垃圾道、共用墙体及为整幢楼服务的公共用房和管理用房的建筑面积等。公摊面积如果真正用于必要的公共用途,且设计合理,购房者是能接受的。问题

是公摊面积不应该记到房本上,更不应该将其算在精装修房收费面积内。

前几年,房价的不断上涨,公摊面积也越来越离谱。关于商品房的公摊面积,建设部出台的《商品房销售面积计算及公用建筑面积分摊规则》中有明确的规定。

民众不服的不是公摊面积,而是公摊不合理、不透明,不满的是一些黑心开发商将公摊面积当成牟利的道具。

与其让公摊面积与购房者“躲猫猫”,损害业主的权益,倒不如直接取消公摊,让老百姓明白付费。合肥市积极探索商品房销售按套内面积计价,取消“公摊面积”,从制度上堵住“公摊面积”存在的漏洞。合肥这一做法,回应民众诉求,重视民众利益。希望合肥能大胆尝试,进行有益的探索,为其他地方提供可复制可借鉴的经验,也希望其他地方能跟进,在推动房地产市场发展的同时,更好地维护百姓的利益。

胡建兵



热点冷评

破解“一票难求” 需要游客和景区“双向奔赴”

今年暑期,亲子游、研学游升温,大众积累的旅游出行需求集中迸发,让景区一票难求的现象异常突出。为满足旅游需求,近日,文化和旅游部印发《关于进一步提升暑期旅游景区开放管理水平的通知》,解决旅游景区出现预约难等问题,提升游客体验。(7月31日《工人日报》)

这个暑期景区特别“热”,“一票难求”成为一种常态,为何?一方面旅游市场兴旺,旅游需求旺盛;另一方面是有景区内因素。即管理存在漏洞,让“黄牛”钻了孔,没有充分发挥潜力,服务不够周到细致等等。当然,也有游客的原因,片面追求热门景区。

当下,许多景区实施了“预约制”,这本是双赢之举,但因为预约制不够完善,也会成为游客的麻烦。应该说,在预约方面,景区也是各显神通,积极采用新技术、新手段,畅通预约渠道,简化预约程序,合理设置在线预约时间,提高预约操作便捷性。同时,景区也加大对“黄牛”、第三方平台违

规囤票、倒票等行为的打击力度,不断完善旅游景区门票分销系统,防止“黄牛”挤占票源。这些措施均取得了很好的效果,不过,“黄牛”并没有完全消失,这也是不争的事实,在打击“黄牛”方面仍需要进一步采取措施。除此之外,景区在服务游客方面已经在不断地努力。比如延长开放时间,以缓解旅游景区游客高峰时段的过度拥挤现象,故宫博物院开馆时间由8时30分提前至8时。总之,景区无论在打击“黄牛”,还是服务游客方面均有质的提升。

不过,景区再怎么努力,面对骤增的游客,哪怕是使出浑身解数也是无法完全满足游客的需求。因此,也需要游客科学规划出行,合理安排行程,错峰出行,不必将眼睛全部盯在“热门景区”。

旅游不必只追求“到此一游”,也不必一味选择“特种兵打卡”,选择非热门景区,悠闲地游玩,注重自身游玩体验,岂非更好?总之,破解景区“一票难求”需要游客和景区“双向奔赴”。

王军荣

非常道

把心放宽,把事看远

水之所以清澈,并不是因为它不含杂质,而在于懂得沉淀。人生一程,我们会不断遇到一些人,经历一些事。渐渐明白,人生不过是一个逐渐沉淀的过程。把心放宽,把事看远。最后沉淀下来的,都是生命中真正厚重的东西。

@新华社

微声音

管好自己,获得成长

管理好自己,就是对自己负责,对爱你之人和你爱的人负责。能够管理好自己,是一个人的真本事。

管理好身体,让无恙的身体成为应对生活的底气。

管理好情绪,别因冲动乱了方寸。

管理好时间,去做真正有意义的事,打磨更好的自己……如此,我们便能获得更大的成长和进步。

@人民日报