

热点时评 >>

老穆

敬老孝亲在“九九”更在“久久”

“岁岁重阳，今又重阳。”又是一个九九重阳节，敬老孝亲再次成为热点话题。

农历九月，不仅秋景迷人，且逢收获时节，被视为一年中的最美月份。收获之际当思回馈、感恩，九九重阳提倡敬老孝亲，这样的“应景”可谓既恰如其分，又彰显出知恩图报的传统品德。

重阳节已有两千多年的历史，有赏菊登高之习俗，九九重阳更是寓意长久长寿，赋予了敬老和孝心的内涵。随着时代发展，重阳节的意义更深更重。1988年，我国将农历九月初九定为“老人节”，倡导全社会弘扬尊老、敬老、爱老、助老的风气；2006年，重阳节被国务院列入首批国

家级非物质文化遗产名录；2013年7月1日起实施的《老年人权益保障法》规定“每年农历九月初九为老年节”，将敬老爱老提升到法治层面。

每到重阳节来临之际，不少子女帮父母“买买”、回家陪爹妈“唠唠”；相关部门、公益组织开展形式多样的活动，给老年群体送温暖、送欢乐；志愿者给需要帮助的老人提供力所能及的关怀……现代社会的一幕幕温馨风景，让人由衷地受到感染和鼓舞，多给老人以物质上的关照和精神上的关爱，是非常应该大力提倡和推广的。

然而，敬老孝亲不能只在节日“盛”，不

能只有一时“热”。重阳节的“仪式感”需要有也应该有，但敬老孝亲在“九九”更在“久久”，尊老、敬老、爱老、助老不可能一蹴而就、一劳永逸，而要持之以恒的行动，更在于常态性的“互动”。

敬老孝亲知易行难，道理谁都懂，事实上真正能够做到的并不多。不少为人子女者总是“工作忙”“事儿多”“没时间”关照父母，甚至连惯常的问候也不多，不妨扪心自问“真的就那么忙？”父母都期待子女“常回家看看”，子女应理解、体谅“空巢老人”的寂寞与烦恼，尽可能给予经常性的探望和抚慰。

“子欲养而亲不待”，古人的这一感叹

让不少人感同身受，更在提醒大家尽孝当趁早，真正将敬老孝亲内化于心、外化于形，尤需注重平时的尽力而为，而不能止于某个节日或偶尔想起。

国家把重阳节确定为老年节，出台《老年人权益保障法》，并且制订实施了一系列政策措施，体现出老龄化时代政府对老年人的关爱和对敬老美德的推崇，更是推进社会养老事业健康发展的有力之举。

让敬老孝亲的传统美德永续传承、发扬光大，让人人尽孝成为全民共识和个体自觉，让社会敬老成为常态化的共同行动，是新时代老年人的福祉，是社会文明进步的体现，也是重阳节的内涵和价值所在。

有话直说 >> 庞梦霞

求美之心 别被“贷”进坑里

近年来，鼓吹“先美丽，后买单”的医美贷相关产品吸引了一些求美心切却囊中羞涩的青年群体。他们希望通过负债整容实现美丽梦想，殊不知却可能遭遇一系列消费陷阱。爱美之心人皆有之，求美之道应理性思考。有整容需求的群体，尤其是青少年们，在求美路上应树立正确的消费观和价值观。

部分医美贷产品以低息甚至无息吸引年轻顾客超前消费、超高消费。“0利息0首付变美丽”的广告吸引眼球，背后可能是一系列套路：违规收取各类“保障费”“工本费”等隐形费用，医美机构与贷款平台利益勾兑，话术劝诱……

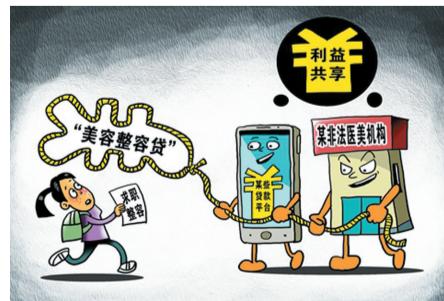
整形美容是手术，需审慎决定。然而在“睡一觉就变美”“花明天的钱，今天美”等极具煽动性话语的掩盖下，冲动消费频发，手术的风险被缩小甚至被忽略。仅今年就有“网红”抽脂离世、演员整形失败鼻尖坏死等事故发生。所谓“小手术”“无风险”是极不负责任的说法，对误导性宣传需加强管理。

青少年群体价值观尚未定型、消费观还不成熟，需警惕被容貌焦虑裹挟。有的机构将青年求职、人际交往不顺等个人发展困境简单归因于形象缺陷，制造容貌焦虑。人在青年阶段，一方面想尽快实现人生价值，另一方面确实借款能力低、还款能力弱，在发生借贷行为时应当提高警惕，清醒认识到医美贷背后可能存在的“套路贷”“砍头息”陷阱。

爱美是人的天性，对美的追求无可厚非。但美也有很多层次，不该只有“A4腰”“巴掌脸”“筷子腿”等被炒作的“审美公式”。修身求美的路上，通过整容“改头换面”是一条走不远的路。整容不是万能钥匙，背上贷款押注外貌，是把希望寄托在未来风险上。

青年时期正是奋斗的大好年华。自信不应全维系在形象上，求美不是“任性”抹去缺点，而应该锻造品格、塑造精神，全方位提升自己的能力。脚踏实地、昂扬奋斗的样子才是最美的。

据新华社



幽默一刀

王鹏/画 穆亮/诗

跑断腿

为年满60周岁的农村计划生育家庭老人提供计划生育奖励扶助是一项重大的民生事项，但近日有群众通过国务院“互联网+督查”平台反映，山东省部分地区申领计划生育奖励扶助流程繁琐、证明多。

国务院第八次大督查第十督查组深入山东莱州市核查发现，申领计划生育奖励扶助最多需开10多项证明，如本人及配偶身份证件、户口本、婚姻状况证明、养老保险缴纳证明、已有子女状况证明等。

山东省近年来大力推进电子政务系统，但在基层实际工作中纸质材料一样也没减少。烦琐复杂的程序让基层工作者也很反感：“明明通过政府部门间信息共享就可解决的证明，却非让老百姓‘跑断腿’，真是劳民伤财！”

根据督查组反馈情况，莱州市决定立即从市级层面建立基于大数据应用的信息管理软件，优化申请流程，推行无证明申请事项。

督查组建议，山东省各级政府加大信息整合和数据共享力度，不要让惠民政策因为缺乏温度而成为群众“槽点”。

一针见血 >>

全宗莉

卖的没良心买的没脑子，消防岂能应付！

“生命安全成儿戏，最后你是把谁害？”10月11日上午，@中国消防的一条微博引发关注。

日前，在一些购物平台上，出现多家店铺在售名为“应付检查假消防喷淋头”的物品，宣传语中醒目地标着“应付消防”“消防验收，轻松通过！”等字样。

这些商家展示的产品中，大部分消防喷淋头显示为应付消防检查，仅有一个喷淋头，没有消防管道。

消防事关生命安全，竟有商家把“应付消防检查”作为噱头来获取利益，这明显是在教唆他人违法，真是胆大包天！据报道，在被点名批评后，有关平台表示，将加强对此类不合理关键词的管理，一旦查实后会对有此类问题的商家进行处罚。随后多家网购平台均下架了相关商品。

火灾无情，防火先行，是妇孺皆知的道理。消防检查正是为了第一时间发现火灾隐患，防患于未“燃”。发生火灾时，质量合格的消防喷淋头能均匀洒出消防

水，对一定区域的火势起到控制作用，为扑灭火灾、抢救财物乃至火海逃生赢得宝贵时间。消防喷淋头成摆设，是在公然拿生命财产安全开玩笑，这样的商家有违国法、情理难容；这样的买家，漠视生命、害人害己！

有商家称，店里所售卖的消防喷淋头并不是假的，均是正规生产的消防器材，厂家按箱配备合格证书，作用真实有效。但以“应付检查”作为关键词，其心思路人皆知。

另一方面，假冒消防物品横行网络，电商平台难逃“失察”之责。有消费者反映，在一些购物网站，应付消防检查的消防喷淋头“并不孤单”，消防面具也有好多假货在售卖，而且这些商家虽然被曝光就认错，但风头过去又会卷

土重来。对此，各平台有义务也有责任加强监管，将弄虚作假危害消防安全的商家彻底拒之门外，为人民群众把牢生命财产安全线。

最后，作为消费者也要明白，水火无情，生命无价。消防安全要确保万无一失，容不得“应付”二字。

据人民网

中国消防
10-11 09:30 来自微博 weibo.com 已编辑

应付二字赫然在，违法当做噱头卖，生命安全成儿戏，最后你是把谁害？@淘宝 @京东 @拼多多

