

文明家庭王保亮：

孝顺好家风 成就好家庭

老父亲91岁生日，大家庭老少共30多人全到了，唱的唱，跳的跳，好不热闹。抖音发出去，迅速获乡邻点赞5000多条。这是王保亮记忆里全家人数凑得最齐的一次。王保亮一家孝敬老人、乐于奉献、舍小家顾大家的精神始终感染着大家庭每一位成员。从2012年到2023年，他家先后入选太原市“文明和谐家庭”，太原市“文明家庭”。

■ 伺候母亲

作为6个孩子中的小儿子，王保亮在相当长的时间里，与父母为伴。母亲卧病在床12年，他和妻子工作之余，全力侍奉母亲，穿衣喂饭、按摩擦洗、洗衣换被，直到母亲安详离世。

说起那些年，王保亮过得非常不容易。天天凌晨5时起床，协助父亲做活（当时家里搞养殖），接下来照顾瘫痪的妈妈，然后骑车50分钟，从孙家寨赶到当时的晋源镇东街村（现在的晋源古县城）上班。他朴实无华，把对母亲的爱、对家庭的责任和担当，默默融在所有的生活细节里。

不到1.6米身高的妻子，背着近1.7米身高的婆婆上厕所的身影，让王保亮感动至今。而王保亮多年如一日照顾母亲，也让十几个外甥侄儿钦服不已。

■ 敬重父亲

后来，90岁高龄的父亲身体也大不如前。但父亲体恤子女，只要自己能干的活从来都不麻烦儿女，洗衣做饭、接电补胎什么活都自己干，而且还干得利利索索。闲暇之余，还经常骑着电动车出门活动锻炼。去年9月，父亲突然不适，送医就诊，自此王保亮兄弟姊妹遂开始轮流陪护老父亲。

每天下班后第一件事，王保亮总是先到父亲那里照顾。王保亮说，父亲是老党员、老村长，父亲对子女的教育有自己的标准。就是不管生活多艰苦，哪怕紧衣缩食，也要让孩子们上学读书。最后，6个子女都读到了高中以上。这在当时村里并不多见。

■ 家风传承

父母是孩子的镜子，孩子是父母的影子。善良的家风，是浸入骨子里的温柔，一代传一代。王保亮的女儿从小孝顺懂事，力所能及地帮助父母照顾着爷爷奶奶。有一年，女儿假期旅游，被云南当地一导游收养孤儿的事迹所感动，返校后，便发起爱的奉献公益行动，为边远地区的孩子提供资助。爷爷住院、过寿时，她和姐姐一起忙前忙后，更见温暖传承。

老父亲的生日宴是一家人和睦关爱的展示，更是对文明家庭深刻内涵的诠释。王保亮一家用行动，让我们看到一个亲情、爱情、孝道、包容，充满和谐关系的文明之家。体现在他们身上人性的善良与美好，值得我们拍掌叫好。

记者 张国英



发放春节慰问品 情暖退役军人

本报讯（记者 周利芳 通讯员 树蓉）为进一步弘扬拥军优属的光荣传统，1月15日，杨家堡社区开展“送温暖送祝福”活动，为辖区内的139名退役军人发放春节慰问品，将新春的祝福送给大家。

1月15日上午，从社区工作人员手中接过100元超市生鲜优惠券后，退役军人王师傅高兴地说：“感谢党和政府，每年都把我们记挂在心上，我们感受到了实实在在的温暖。”在送上慰问品时，工作人员还不忘关心退役军人和军属们的身体和

家庭生活情况，询问是否有实际困难，同时也认真听取他们对社区建设的意见和建议，告知他们如有需要及时与社区联系，社区会尽力提供帮助。

社区负责人表示，礼轻情意重，春节慰问传递着浓浓的情意，承载着对退役军人美好生活的期许，希望他们继续保持“退役不褪色，退伍不褪志”的品质，在不同的岗位上发热发光。



社区联合“红领巾” 为特殊家庭送关怀

本报讯（记者 张晓丽 通讯员 刘玲玲）1月15日上午，山西通宝育杰学校小学部党支部与许坦西街社区联动开展了“新年献爱心，温暖共传递”活动，社区党员和少先队员们作为志愿者，一起走访看望特殊家庭，为他们送上温暖。

志愿者们为特殊家庭送上米面粮油等慰问品，与他们亲切交谈，详细了解他们的身体和生活状况，并祝愿他们身

体健康、生活幸福。少先队员们到来，为特殊家庭带来了欢声笑语，增添了一份温馨。活动的开展，不仅锻炼了少先队员们的实践能力，提高了他们敬老、爱老、助老的意识，也明白了关爱他们的同时，自己也会感到幸福。



新规实施以后

标注功效的牙膏，有效期内仍可销售

近日，读者刘女士拨打本报热线电话8222318反映，国家《牙膏监督管理办法》从2023年12月1日起实施，至今已一个多月，但市场上各种“夸夸其谈”的牙膏依然存在。刘女士询问，“市面上仍有牙膏产品违规标注功效，这些牙膏合规吗？”

» 效果宣传应有依据

仔细的人们可能会发现，商超内的牙膏柜台，可以用“琳琅满目”来形容，也可以用“无所不能”来形容。各式各样的牙膏，各种各样的功效，“消炎镇痛、止血”“促进幼儿长牙”“修补牙洞”“闭合牙缝”“稳固牙齿松动”“让牙齿再生”“治疗

幽门螺旋杆菌”，只要是口腔里的问题，似乎没有牙膏解决不了的问题。

为杜绝虚假夸大宣传，国家出台了新《办法》。牙膏的功效应当有充分的科学依据，牙膏备案人（生产企业）应当在备案时公布功效宣称所依据的文献资

料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要，接受社会监督。牙膏的功效宣称评价应当符合法律、法规、强制性国家标准、技术规范和国家药监局规定的质量安全和功效宣称评价有关要求，保证功效宣称评价结果的科学性、准确性和可靠性。

» 儿童牙膏缺少“金盾”

记者注意到，新《办法》对儿童牙膏有明确规定，即儿童牙膏应当在销售包装展示面标注国家药品监督管理局规定的“小金盾”儿童化妆品标志；儿童化妆品标签不得标注“食品

级”“可食用”等词语，应当以“注意”或者“警告”作为引导语，在销售包装可视面标注“应当在成人监护下使用”等警示用语。

但是，记者在走访中发现，

目前市面上销售的儿童牙膏多以各种水果口味、联名动画人物进行宣传销售，功效多为清洁防蛀。唯一缺少的，却是新《办法》上规定的“小金盾”标志。

» 市场正在逐渐过渡

近日，记者走访我市多家商超，发现有些牙膏的外包装上仍印着有关疗效的宣传语。如某品牌牙膏的包装上注明“清热泻火，消肿止痛”；还有的牙膏标注“帮助减轻牙龈问题，修复黏膜损伤”，并且未在包装上写明相关功效的依据。对此，位于和平北路的一家超市的牙膏组柜员介绍，目前新老牙膏正在交替，之前那些牙膏仍可以销售，直至销售完毕或到失效期。就此，记

者查询国家市场监督管理总局相关公告确认，考虑到已上市产品的质量安全可靠和符合原有法规的实际，为最大限度减少资源浪费、企业损失和环境污染，允许2023年11月30日前已上市的牙膏产品销售至有效期结束。

针对“消炎、镇痛、止血”“修补牙洞”“治疗幽门螺旋杆菌”等功效的牙膏，位于五一一路的一家牙科诊所的郑大夫表示，牙膏本就是清洁牙齿的一般物质，一支

牙膏不可能解决所有牙齿疾病。该如何挑选牙膏？郑大夫表示，可以从体验感、价格等方面进行挑选，效果其实大同小异。如果有牙齿方面的疾病，看牙医是最好的选择。

记者 申波

