



邻里宴吃出别样温情

□袁剑锋

端午假期,在南内环西街33号院内,一场邻里宴热闹上演。同一个单元的10户居民欢聚一堂,各自端来拿手好菜,在美滋滋美味中共品美食,共话邻里情。(《太原日报》6月10日)

作为一种传统的文化活动,邻里宴不仅是一顿丰盛的餐宴,更是一次情感的传递和文化的传承。

邻里宴将邻里街坊紧密联系在一起。居民们亮出自己的

拿手好菜,围坐桌边,共享佳肴,畅谈家常。这种亲密交流让邻里之间的情感得到升华。作为一种传统的社交方式,邻里宴让人们回想起过去邻里之间互帮互助、亲密无间的美好时光,在品味美食过程中,体会到传统文化的深厚底蕴和独特魅力。

邻里宴展现了社区共治的智慧。通过举办这样的活动,增进了邻里之间的了解和信任,增强

了社区的凝聚力和向心力,并能积极发挥居民的主动性和创造性,为社区发展提供有力支撑。同时,邻里宴还为居民提供了一个展示自我、交流学习的平台,促进了社区文化的繁荣和发展。

一席邻里宴,尝遍百家味;一场邻里聚,品出幸福感。让我们用多种方式构建和睦友好的邻里关系,为生活增添一份美好和幸福。

活外音
宋鹏伟

新闻:至今年6月,我市获准实施国家级公立医院改革与高质量发展示范项目已有两年。这一“太原样板”建设成效如何?记者从市政府了解到,两年来,我市深入推进“专科基石”“人才强卫”“机制重建”“健康促进”“精益管理”“党建引领”六大工程,在市县级公立医院诊疗能力提升、智慧医院建设等方面取得创新突破,医疗卫生整体服务水平稳步提高,更好地满足了人民群众看病就医需求。(《太原日报》6月10日)

旁白:让百姓看病更省心、放心、舒心。

新闻:6月9日,为期两天的“政企双补 焕新惠民”第四届山西省家电节拉开帷幕,政府、企业携手给予优惠和补贴,各种福利“遍地开花”。各个展区都悬挂着“落实惠民政策 提振消费信心”的横幅,各个产品都贴着绿色卡片,上书“政企双补 焕新惠民”字样以及厂销价、补贴金额。活动现场人潮涌动、热闹非凡,截至9日18时,已有几千人到现场参与活动。(《太原日报》6月10日)

旁白:市民得实惠,消费促发展。

新闻:省招考中心6月9日发布消息,今年我省公费农科生计划招生133人,定向招生的区域为全省41个县(市、区),包括太原的小店区、万柏林区、清徐县、阳曲县。(《太原日报》6月10日)

旁白:定向培养,助农富农。

投稿邮箱:tywbplb@163.com



家庭档案映射文明风尚

□朱红亮

6月9日是第17个“国际档案日”,连日来,我市一些社区开展家庭档案知识宣传活动,社区工作人员向居民普及档案整理与保存知识,帮助居民建立家庭档案,守护身体健康,传承优良家风。(《太原日报》6月10日)

家庭档案不仅能够帮助我们回忆过去、记录现在,还能未来的生活提供参考和借鉴,提升家庭美德和文化内涵,传承好的家风,带动文明风尚。

家庭档案是日常生活的得力助手。将收支情况、物品存

放、购物发票、健康状况等记录下来,整理归档,为工作、学习、投资、消费、健康等提供参考,提高了生活管理效率和质量。如家居装修以后,把有关电源线路和上、下水管道的走向、设备设施的有关参数、装修材料的款式规格等等归档,以后维修更换十分方便。

家庭档案是家庭教育的生动教材。家庭档案中反映的家庭成长史和家庭主要业绩等内容,读来可以自我激励。一张奖状、一份录取通知、一纸毕业证是营造家庭文化氛围、启迪家庭成员心智、激励家庭成员

奋进的鲜活素材。

家庭档案是传播精神文明的有效载体。它有助于培养家庭成员思想道德修养,有助于家庭和睦。通过在一定范围,向群众全方位展示家庭档案的独特魅力,厚植家庭文化,激活家庭细胞,可以带动更多家庭见贤思齐、崇德向善,推动全社会树立新时代家庭观。

家庭档案,传承着历史、承载着文明。希望更多的人重视家庭档案,参与到家庭档案的创建中,当好家庭记忆的保护者、家庭历史的探寻者和家庭文化的传承者。

“天价粽子”背后 是错误消费心理



□罗志华

“最近总有客户询问是不是有更贵的粽子?”在某电商平台做兼职客服的北京姑娘杨晓旭(化名)百思不得其解——商品不够贵居然成了“劣势”。记者近日调查发现,目前电商平台上不乏粽子选用昂贵的馅料,辅以奢华包装。一些线下高端酒店则以限量定制为噱头,销售精品礼盒,售价高达800多元。(《法治日报》6月10日)

记者调查表明,导致“天价粽子”的原因有很多,但不能忽视的原因是,社会上对“天价粽子”存在需求,有需求就会有供给,只要对“天价粽子”的需求不减,供给仍会伴着戏法源源不断地出现。

人不识货钱识货、只买贵的不买对的,是常见的消费心理。自己吃要买“最好的”,买来送人更担心“拿不出手”,以致于商品越贵越好卖。

为了满足“只买贵的”等心理,商家就会想方设法寻找涨价的噱头,不仅“燕窝粽”“鲍鱼粽”“海参粽”等“天价粽子”应运而生,而且名烟名酒名茶

等其他商品也被大量添加其中,包装也越来越奢华,拆完大盒拆小盒、粽子成为包装盒里最不起眼的一部分,是“天价粽子”普遍的套路。

治理“天价粽子”的方式有很多。粽子是用来吃的,不是用来显摆的,更不应该成为送礼的载体,这种观念应该成为民众的普遍共识。更要看到,端午是一个怀念的节日,“安康”而非“快乐”成为节日祝福语,在粽子的食材和包装等方面,也不应该表现得过于奢华与喜庆,端午节的类似传统氛围要进一步加以培育。

从市场监管的角度看,除了要一如既往地确保粽子货真价实和反对过度包装之外,还应该针对错误的消费心理加以治理,让粽子回归食品而非礼品的本来面目,对昂贵馅料和搭配贵重礼盒等做法加以制止。即使送礼难以避免,也不能以粽子为载体、让粽子当“配角”。多管齐下才能让端午节和粽子回归传统的本真,免受涨价促销和奢华包装等不良市场风气的侵蚀。

