

新民晚报

星期天夜光杯 / 夜光杯

地铁流动广告发放行为具有诸多危害。首先,存在安全隐患,高处广告掉落容易砸到乘客,或者伤到眼睛,吹落的广告被踩到容易导致乘客滑倒;其次,污染、破坏了车厢环境,尤其是雨雪天气车厢内外地面湿脏,广告纸张被踩踏后,会造成车厢环境进一步恶化,增加了地铁运维成本;再次,大量的广告用纸遭

到丢弃,不利于绿色发展;最后,乘客为制止违法行为,常与广告发放者发生语言甚至肢体冲突,破坏了车厢秩序。

包括地铁运营方在内的相关部门对于治理地铁流动广告行为一直高度重视。然而,目前地铁车厢流动广告发放行为的整治成效不彰,现有整治方式大多着重于事发当时对广告发放者的教育和处罚,因地铁广告投放为自由职业,整治期一过又会前赴后继,死灰复燃,尚缺乏长效治理机制,难以取得根治效果。同时,对个别发放者处以拘留等处罚,可能反而造成当事人破罐破摔的恶性循环,不利于车厢安全和秩序。如此下去,不利于上海建设全球卓越城市,更会对上海长期高质量承办世博会造成不利影响。

鉴于以上原因,应构建事前事中事后全过程处理机制,建议采取如下措施:

首先是事前明令禁止、重点查验。

一是在地铁站醒目位置张贴公告,明令禁止地铁(车厢)流动广告发放行为,并公示实施该行为将受到的惩处后

我碰到过不少路人,他们似乎对别人的问询毫无兴趣,要么懒得回答,要么给你一个错误的答复;所以我常常在注意路人的行为。如果问我,可能的话,我甚至会陪他一段路,然后再指点他一下。可是总有人这么对我说:现在的人都是靠查手机解决问题的,他们不习惯别人向他们问询。不过在我的大脑硬盘中,储存着许多与人际交往有关的问询和问询服务的正面记忆。尤其是问询服务受到点赞的一些国家和地区使

我不能忘怀。世界尽管已处于智能手机和互联网时代,打问询电话的人确实比以前大为减少了,但在不少欧盟国家每天还是有成千上万的人打问询电话。据电讯局发言人说,不用互联网的人打问询电话最多,大部分是50岁以上的老人;还有那些正在开车的人,他们觉得打问询电话比自己查找方便,而且还能直接跟要联系的地方讲话。所以他们对于2欧元一分钟的电话问询乐此不疲,从不皱眉。

兴许是我国的问询电话服务从一开始就比较简单,记得打114就只能得到一个电话号码,别的信息一概没有,

所以一旦没有了这种服务,也没人觉得不方便。记忆中,从1982年至1983年,我曾有连续9个月的时间在德国担任某一管理工作,有好几次我都是动用问询电话解决问题的:冬令时间快要结束了,但我吃不准从哪一天开始拨快一个小时——打问询电话;与此相关的还有公交车的间隔时间可能会有改变,尽管离公寓不远处有一个停靠站,但我还是选择了问询服务。刚挂断电话,又一个问题冒了出来:我们每周要坐好几次火车到别的城市出差,于是我再让电讯局的问询电话帮我接通了我们所住城市明兴-格拉德巴赫的火车总站问询处,听了我的解释,问询处的工作人员建议我下一次出行时,到火车站车调度室去免费领取一张新的全德火车时刻表——一张黄色的、像世界地图那么大的、可贴在墙上的行车时刻表。打那时起,我就知道,欧洲很多国家的电话问询不仅仅是告知电话号码而已,很多信息都可通过电话问询服务获得。

人们之所以能做到这样,我想,应该是在较长的时间中养成的习惯,一种自觉的、正能量的习惯。但后来我又发现,好习惯的养成,离不开另一种因素:教育和来自某些方面的约束,比如奥地利有一个名为“公众问询服务管理局”的机构,根据1986年奥地利联邦各部的法规修改草案,规定各级行政机关和各类相关的服务机构有责任和义务向公民提供问询服务(恶意问询和涉及保密法内容的除外)。

其实呀,人与人之间在通常情况下就应该实现信息共享,把自己知道的有用信息告诉别人,有道是与人方便,自己方便。如果能做到那样,一个人哪怕走在路上也会笑出声来:这个世界真美好!



果。二是将流动广告发放用纸制品列为站内(包括车厢)内禁止发放物品,在进站安检时对疑似流动广告用纸进行重点确认,一经查实,对携带人予以口头提醒和劝告。

其次是事中立体对付。

一是采集被查获者的个人信用信息备用,对于在一段时间内或累计多次被查获者,可将其列入失信人员名单。与此同时,现有的最高可对发放者处以行政拘留3-7日的处罚措施应继续维持。二是重点应加大对广告发放行为的委托方以及广告经营者等地铁流动广告发放供应链的上游结点方的处罚力度,对于广告委托方与广告发放经营者之间未订立地

铁发放书面协议的,应认定委托方为主要责任方,可对其法人代表处以罚金、拘留等;对于两者之间已订立书面委托发放协议的,应对广告发放经营者法人代表处以罚金拘留等处罚。三是建议申通公司建立地铁流动广告发放行为举报平台,并申请对举报乘客的定位功能,便于乘客随时举报,尽快查处,降低巡查成本,提升查处效率。

最后是事后警钟长鸣。

一是可以将处罚结果在车站醒目位置进行公示,起到震慑犯罪的作用。二是利用举报平台所收集、沉淀的流动广告发放大数据,加强对广告发放高发区域进行重点防范、巡查,令投放者从不敢投放到不能投放,最终达致不想投放。

铁发书面的,应认定委托方为主要责任方,可对其法人代表处以罚金、拘留等;对于两者之间已订立书面委托发放协议的,应对广告发放经营者法人代表处以罚金拘留等处罚。三是建议申通公司建立地铁流动广告发放行为举报平台,并申请对举报乘客的定位功能,便于乘客随时举报,尽快查处,降低巡查成本,提升查处效率。

一切,就在一个白天,一个远方的小城。火车,将在半夜很晚启动。此刻,还有黑亮的江水,有猩红的霓虹,有半明半暗的网吧。有人,还在白天的小城。既然,你已在回家的车上。那么,这一次,我已无法一个人,再去江边,再去酒楼,再去半明半暗的网吧。那一个,一个夜雾白茫的晚上。

送别(外两题) 魏鸣放

四面房子 宾馆的后面,四围的房子。上午,大人小孩的声音,十分清亮。黄昏,四面的房子,也近了。人,斜在床上,一脚在另一脚之上,不动。外出晚餐的时间,到了。四面的屋子,全黑了。一个个窗口,灯白,灯黄。当年的人,来了。

桥洞 一段桥洞,在铁路之下。幽幽暗暗。走过去,另一边的阳光下,是一大片农田。小水沟,有鱼,螺,水草。坐下,回看铁路之上,轰鸣而去的列车。太响。然后,还是,树上和草丛,鸟语和虫鸣。太静。坐了很久。回去。回到原来的一边。又一个,明亮的世界。

潜江市在啥地方?问了几个朋友都说不清楚。告诉你,潜江市坐落于湖北省武汉和宜昌之间的江汉平原,是一座历史悠久生机勃勃的美丽小城。

到潜江后,我才知道,小龙虾已经是那里的一张名片。去年潜江出口小龙虾总产值2.3亿美元,全球饭桌上消费的小龙虾,每三只只有两只产自潜江!

每年春暖花开,潜江龙虾节是吸引海内外游客的大盛会。那里龙虾学院的万师千店模式专业培养小龙虾养殖、加工、推广销售和后期甲壳素精细加工全产业链操作实践。民以食为天,潜江龙虾产业深耕细作近二十年,为全国乃至全世界的饭桌提供了一道美味油焖龙虾大餐。

小龙虾的生态

茶是顺自然而生,吸天地之精华。中国人通过茶与天地相通、与自然相连,达到“天地与我同生,万物与我归一”的境界。天人合一理念,杂糅在茶文化的方方面面,如盖碗三件套就称为“天、地、人”。

茶文化是中华民族几千年中创造的优秀物质成果与精神成果之一,与道、释、儒深度交融;与传统文化合为一体。茶文化已是中国传统文化文化不可分割的一部分,是中国传统文化中一朵令人悠悠情思的奇葩。

茶馆是茶文化精神的物化。它已有一千六百多年历史,在六朝就有记载可喝、可住的茶寮。唐代《封氏见闻记》也有记载卖茶铺。到宋代茶坊、茶铺极为普遍,小说记载也很多。名画《清明上河图》里就有茶馆。到明清初更盛,遍布大江南北。茶馆这名称始于明朝,以前称为茶肆、茶堂、茶坊、茶楼、茶邸、茶寮等。

茶馆,是当时社会各种势力的交汇点;是社会

送你到火车站。又回到火车西站。我说,这么多年来,早已习惯了一个人的独行。

老城厢的茶馆

民国时期的茶馆以盖碗泡茶为多,后来以紫砂、瓷壶为多。新中国成立后,以热水瓶配玻璃杯为多。风俗有很多,如夏天莲蕊茶、玳玳茶;过年喝元宝茶;每年喝头茶时茶客要给店小二红包。喝茶讲究“和”字,所以以前就有解决争端“吃讲茶”的说法,双方谈妥后,红茶、绿茶混合后一饮而尽。

在上海老城厢,1950年以前,据统计就有169家茶馆。在城隍庙,一天能接待三千人规模的茶馆就有十家。老城厢最有名的春风得意楼有三层。上海

养殖是潜江的骄傲。“虾稻连作”的发源地就在潜江。当年,积玉口镇农民刘祖权在科技人员合作下成功探索出“虾稻连作”养殖模式——种一季稻养一季小龙虾,亩产小龙虾达200斤左右,开辟了一条小龙虾绿色生态养殖之路。

当地的朋友告诉我,从2010年开始,潜江龙虾创新团队创新出“虾稻共作”生态种养模式,变过去“一稻一虾”为“一稻两虾”,产量明显增加。“虾稻共作”生态种养将水稻种植和小龙虾养殖有机结合,通过资源循环利用达到小龙虾和水稻共生生长,产品品质同步提升。潜江小龙虾和潜江虾稻米,都成为放心食品。

2018年8月,国家知识产权局认定“潜江龙虾”商标为驰名商标。前两年,潜江生物技术企业同

公信力、公知力形成的地方;是表现中国人审美、知识、信仰、习俗、道德具象化的空间;是传统文化、江南文化的孵化馆;是人境合一、寄情于物的地方;是抒发情感的地方;是茶与景交融的地方;是大众传播的渠道、身心休息的去处、知识交流的载体、民事活动的场所。

以前茶馆可谓信息发布中心、信息交流中心,更是信息传播中心。当时称为茶会、市头,有点像专业劳务市场、同业会似的,一个茶馆一个市头,有些还分时间。茶馆也是巡捕包打听、报社记者、帮会码头官、白蚂蚁等常住点。不相识的人可在茶馆同坐一张茶桌上喝茶交谈,男男女女也都在茶馆里交集,所谓“四大皆空,坐片刻无分你我;两头是路,吃一盞各自东西”(洛阳古道茶亭的对联)。从前就有“不在家里,就在茶馆里,或者就在去茶馆的路上”、“白天包水,晚上水包皮”的说法。所以茶馆是一个区域人们灵魂的寄宿点。

茶馆的环境意象,有较强的包容性、自然性、休闲性、古典性。一般以两条主线为主,一是自然为主线,以人与环境、人与自然、人与现实社会融合、契合、融为一体。茶馆是人为地创造“第二自然”,在小空间里创造出大

没有别人说得好和那么好,自己尽力做到和做好,才不见外和见坏,才人见人好。高手一般不摆露,下手通常会摆弄。弱者,死守不输平必胜(因为众志成城,因为各显所能);强者,强攻无赢平遗憾(因无能人突破口,因无能者突出者)。心持更好更宽的胸怀,才会拥怀更广的世界和更多更好的朋友。过多过度怀疑他人,无疑是过多过度作累自己。他人的冷待,可以激发你的自强和热情;他人的无视,可以引发你的自尊和重视;他人的自以为是,可以触发你的自立和信心,但这就要看你的志向和素养。

没有别人说得好和那么好,自己尽力做到和做好,才不见外和见坏,才人见人好。高手一般不摆露,下手通常会摆弄。弱者,死守不输平必胜(因为众志成城,因为各显所能);强者,强攻无赢平遗憾(因无能人突破口,因无能者突出者)。心持更好更宽的胸怀,才会拥怀更广的世界和更多更好的朋友。过多过度怀疑他人,无疑是过多过度作累自己。他人的冷待,可以激发你的自强和热情;他人的无视,可以引发你的自尊和重视;他人的自以为是,可以触发你的自立和信心,但这就要看你的志向和素养。

潜江小龙虾

李生雄

武汉大学联合成立了甲壳素工程技术研发中心,从虾壳中提炼出氨基葡萄糖盐、壳聚糖和壳寡糖等产品。研究成果已经孵化成保健产品,第一年产值就达20亿元。小龙虾,真不可小看哦!

红彤彤的小龙虾充满时尚元素,吃小龙虾已成为青年一代的生活方式之一。确实,青年人最爱品尝小龙虾了。不看不知道,一看吓一跳,“虾客行”正在成为潜江青年一代的生活节奏,龙虾音乐、龙虾啤酒、创意集市和抖音线下派对等活动让座城市活力无限,“以虾会友”的创新创业生活在江汉平原如火如荼。

在我看来,龙虾大餐好吃为先。潜江的油焖大虾荣膺“中华名菜”。一道菜,一条街,一座城,见证了龙虾美食的发展历史。除了



人不讲喝茶,讲吃茶——喝茶同时应有好吃的小食,城隍庙的“小吃王国”其实跟茶馆搭界。现在很多小食随着茶馆的消失而消失,如甘草梅子黄连头,盐金花菜五香豆,椒盐杏仁糖胡桃,冰糖花生山楂糕,鸽蛋圆子糖藕片,檀香橄榄金桔果。豫园的旅游商业化,挤压了茶馆文化的空间,形成快消文化。随着人们文化层次的提高、心灵需求的渴望,人们对深层次的旅游、对感受文化的需求,我们可以建有服务规范的民宿与茶馆群、博物馆群来营造慢游文化氛围。

茶馆的环境意象,有较强的包容性、自然性、休闲性、古典性。一般以两条主线为主,一是自然为主线,以人与环境、人与自然、人与现实社会融合、契合、融为一体。茶馆是人为地创造“第二自然”,在小空间里创造出大

自然,创造出传统文化的精神属性和物质属性。二是传统文化为主线,以“传统文化的时尚为载体,时尚文化的传统为表现”,来塑造中国茶馆意境的。好的茶馆气韵绵绵,如中国的书画、园林讲究气韵生动。这也是中国茶馆特有的设计理念;还要名茶配名水,品茗临佳境,讲究文质兼备。文,指精神;质,指物质,一般茶馆“文胜质”。茶馆是坚守在中国土地上的最顽强、最有生命力的中国传统文化空间载体。但上世纪六十年代动乱时期,茶馆也被取消了。改革开放后,随着社会物质财富的不断增多,休闲变成日渐重要的生活方式。茶馆的形式虽然有所变化,但它在人们心理中的地位没变,吸引力没变,凝聚力没变。有的功能消失了,有的功能强化了,还有新的功能出现了。后工业时代,休闲的时间、在家的时间将增多,人们对公共空间与个人空间有新的需求,团体活动的需求也较为强劲。现在,人们还希望有一个符合自己个性的空间,作为居住空间的延伸,比如在工作单位以外有自己工作室、茶室、禅室等。没有足够经济能力的人可以寻求公共空间来满足心灵的需求。所以茶馆的大发展来临了。如今,各家茶馆就有各自的认同者,茶馆的方向也朝多元、个性方向发展。

三言两语记 徐弘毅

七夕会 油焖大虾、酸辣大虾、蒜茸大虾、咖喱大虾、奶酪大虾和清蒸大虾等创意烹饪手法层出不穷。吃货到了潜江,恐怕只能扶墙而出。

近年来,潜江龙虾加快了走出去的步伐,“龙虾学院”培养出成千上万名烹饪大厨,遍布全国各地。潜江也请进许多欧美大厨,带来西式烹饪手法和味道。潜江龙虾物流冷链配送平台销售超过10亿,18小时之内可将鲜活龙虾配送到全国各大城市,电商高峰期日成交量达到600至800吨。

潜江是著名剧作家曹禺的故乡。曹禺说过,一时强弱在于力,千秋胜负在于理。这个理就是文化影响力。潜江龙虾美食的文化影响力与日俱增,我深深感到,一场龙虾美食文化大戏正在阡陌纵横的江汉大地以及全国精彩亮相。

美食