



社长:赵宝泉
总编辑:周钢
编委:潘善臻 何谷 张树忠
张敏 王世军

编读往来

活到老学到老

贵报7月17日“家庭”版刊登的《老岳父的抖音生活》一文中,尽管包宏龙的岳父今年已经八十有四了,但依然勇于学习智能手机,甚至学会了玩抖音。包宏龙的岳父称得上是互联网时代的潮流老人,我十分佩服他。进入互联网时代后,我们这个年纪的老人对这些新生事物难免有些茫然,他为我们提供了学习的榜样。(河北石家庄 韩秀菊 85岁)

编辑欧阳继霞回复:正所谓活到老学到老,无论何时,每一个人都可以拥有探索新鲜事物和追求美好生活的勇气与信心。

本报声明

版权所有,未经允许,请勿转载、摘编本报文字及图片。如有侵权,本报保留法律追究权利。来稿一经本报采用,即视为作者同意本报享有其作品包括但不限于纸质版、电子版等介质的出版权、传播权;本报所支付的稿费已包括上述使用方式的稿费。本报选登的部分文章和图片,因作者地址和电话不详,我们无法奉寄稿酬,烦请作者联系我们。

【社评】本报评论员 谭钧铭

懂感恩的人必有厚报

从山东济南到甘肃定西,一场跨越1300公里的视频会面,让人们为这份双向奔赴的善意所感动。这场会面缘起于某公益项目近日收到的一个特殊求助:“我们想找到好心的山东爷爷王洪利,孩子们今年都过本科线了,老二考上了清华大学。我们想给老人家报个喜。”

求助人是甘肃定西的姜银霞。此前,王洪利老人在看到“甘肃单亲母亲靠理发养活三胞胎兄弟”的故事后,与这个家庭结成了帮扶

对子,每个月给每个孩子100元钱,每年就是3600元,连续资助了两年。

屏幕的一端,姜银霞向老人汇报了这个好消息,并感谢老人曾经的慷慨解囊。屏幕的另一端,99岁高龄的王洪利老人听说他曾经帮助过的三胞胎过了本科线,都能上大学了,不禁开心地大笑起来。每个月每个人100块钱,单以捐款的数额而论,并不算动人心魄,但这种不忘恩情的态度却格外暖心。老人献出爱心,受助家庭回馈感恩,

观看视频的网友们的温情温暖,善良在此刻回响,善意在不断流动,人们共同见证了爱的传递。

老人做好事不求回报,捐助之后拂衣去。受赠者不忘恩情,时隔多年来报喜。这个美好的故事到此并未完结,通过“励志学子追梦计划”,三兄弟获得追梦奖学金,帮助他们走入大学校门。三兄弟对于未来都有着自己的规划,老二将在清华大学就读机械航空与动力专业,带着爱心与祝福踏上理想

之门与未来之路。相信他们在承载着这些爱意的同时,会更有向前的动力,总有一天会从受赠者变为赠与者,在学成之后用自己的方式回馈社会。

于捐赠者而言,尽管付出并不是为了求取回报,但付出能够被人记得,始终是一件令人开心的事情。如此便是一种良性的循环,让人世间流动爱与温暖。日常生活中,还有很多参与公益助学的银发身影,希望这些善意被看到,愿爱心皆有回响。

街谈巷议

生产日期不能躲猫猫

据媒体报道,记者走访上海多家超市,发现一些瓶装厨房调料生产日期很难找,并且有些生产日期看起来不清楚。生产日期一直是消费者选购食品的重要指标之一,也是厨房调料等必须标注的信息。食以安为先,瓶装厨房调料清晰、准确、显著地标注生产日期,是保障消费质量和消费安全的重要手段。

虽然瓶装厨房调料都标注了生产日期,然而消费者却常常碰到生产日期难以查找的状况。这就颇像“躲猫猫”游戏,你知道他在,却不知道他藏在哪儿。生产日期不好找,势必会对消费者尤其是老年消费者造成一定干扰。超市货架前,常常能看到一些老年人一边扶着老花眼镜,一边拿着东西翻转,努力找生产日期。

生产日期、安全使用期或失效日期等重要信息,是消费者选购商品的重要标准,理应以更醒目的方式呈现给消费者。让生产日期更醒目,是企业应尽的职责和义务。此外,相关部门还应进一步明确生产日期的标注方式,让商家没有空子可钻。

总而言之,瓶装厨房调料生产日期不能和消费者玩“躲猫猫”,要让老年消费者也能轻轻松松地看清楚。(山西晋城 关育兵)



拒之门外因职业,建议记者莫参团。把头迈进沙子里,如此心虚为哪般。口碑打造长久事,行业乱象要纠偏。接受监督多改进,旅游市场才健康。文/方知 图/王铎

云南部分旅行社禁止记者参团

据媒体报道,近日,一位新闻从业者在朋友圈爆料,自己在网上团购预订一家云南旅行社时,因为持有记者证被客服建议不要跟团。媒体向旅行社核实这一情况时,有旅行社客服人员表示其确实不接待记者,也有旅行社称纯玩团对于记者身份没有限制。当地文旅部门则回应称,已经介入相关问题的调查。

仗义执言

景区摆渡车莫成宰客工具

据中国新闻网报道,如今,国内不少景区将游客集散中心与大门拉开一定距离,要进入景区乘坐摆渡车几乎成为必选项,这种情况引发了不少游客的吐槽。以四川牛背山为例,游客接待中心到检票口15公里,这段30分钟车程收费300元,在不少游客看来,这个价格并不合理。

景区提供摆渡车服务,本意是为了方便游客省时省力进入景区,如今,一些景区摆渡车却变了味,异化为“宰客”工具。有的景区停车场和大门、大门和核心景区之间的距离越拉越远,年轻人走着都累,更别提老人和孩子。在这种情况下,不少游客不得不选择乘坐摆渡车,直接加重了游客的经济负担。

近年来,有关部门三令五申,严格控制景区门票过快上涨。在这种情况下,一些景区将摆渡车当作新的利润增长点,希

望通过提高摆渡车的价格和上座率,实现“堤内损失堤外补”。事实上,这是错误的短视思维。把摆渡车当成收益的主要来源之一,不仅不会取得理想的效果,还会引起广大游客的反感和抵触。正确的做法应该是,降低门票和交通价格吸引游客,丰富景区产品和服务,进一步释放游客二次消费的潜能。

令人欣慰的是,已经有景区尝试提供低价或免费公共交通。例如,鸣沙山月牙泉景区自7月14日起往返车票由20元/人次降至5元/人次。青海茶卡盐湖景区,7月12日起一律取消茶卡游客集散中心旅游环保观光车30元乘车费用。有关部门应对景区摆渡车乱象引起重视,在依法监管和叫停“宰客”行为的同时,积极引导景区纠正发展理念,转变经营思路,摒弃强制消费行为。(河南漯河 张淳艺)

以退为进 天地其实很宽

快乐老人报不先提供完美退休计划
后台有丰富的产品和服务满足您的需求
看完报意犹未尽?那就捧着《活过100岁》学习健康知识
或者上机网找文朋诗友围炉夜话
或者把回忆录拿到快乐人生出版社所出书
您还可以跟着美时美刻国际旅行社周游列国
在快乐老人生活馆健身,在快乐老人电商“淘宝”
生活可以很精彩。



快乐老人报全年定价138元

邮发代号:41-178 全年100期 每周一、周四出版



订阅方式

中国邮政订约热线:11185
中国邮政订约网(bk.11185.cn)
微信订约:扫描左二维码
报社咨询热线:0731-88906498