

观点 加点料

“鸡排哥”或许是一种工作状态

新闻事件:“希望你给我一次为你服务的机会”“鸡排免费,塑料袋6块,如果你的袋子被风吹走,那么我将不会承认收了你的钱”“(鸡排鸡柳)炸不到位,我无法原谅我自己”……江西景德镇一位鸡排摊主李俊永凭借张口即梗的脱口秀式销售风格,被网友笑称“6元的鸡排吃出了60元的情绪价值”,近日爆火出圈。

“鸡排哥”走红的真诚之道

新华日报:“鸡排哥”的三大经营原则,句句透着对人的体察与尊重。一是四点半后不接待散客,因为四点半学生放学;二是学生比散客便宜1元,12点以后贵1元,因为要惩罚他们不坚定的选择;三是装鸡排的袋子永远敞开。他重视与学生的约定,在意顾客的感受,给顾客带来满满的情绪价值。

“鸡排哥”走红,映照出当代消费者对真诚、透明和情感连接的渴望。商业的本质是人心的连接,成功的秘诀是认真做事、真诚待人。当然,流量是把双刃剑,热闹背后亦有隐忧。信任不能被透支,烟火气需要呵护。景德镇城管已为“鸡排哥”成立工作专班,当地文旅部门将用一揽子计划接住“鸡排哥”流量。对城市管理者而言,既要给“鸡排哥”们留出空间,也要用法治规则守护食品安全与市场秩序;对消费者来说,理性打卡、珍惜这份朴素善意,才能让“鸡排哥”真诚经营的佳话持续传递。

“鸡排哥”走红是给餐饮行业的启示

光明网:餐饮行业的生态应该多元,集中化的餐饮品牌要有,个人化、小范围的从业者也应该有。大品牌可以有商业层面的纵横捭阖,讲更精彩商业故事;个体经营者,也可以凭借诚实经营、特色口味改变命运,赢得消费者的尊重。这二者并没有什么高下之分,他们能在一个足够广阔的市场里共生,才是更理想的局面。

当然,也希望大品牌能够从人们对小经营者的热捧中读懂一些信息,经营策略有差别,但“诚实”这种商业伦理却是一致的。如果大品牌也能返璞归真一些,与消费者建立更可预期的信任关系,或许才符合人们的期待。而小经营者也大可自信,他们所坚持的真材实料和个性化表达,正好构成了餐饮生态不可或缺的另一面。毕竟,个体经营者也是解决就业最有力的抓手之一,市场给他们提供更大的空间,生存得更加游刃有余,其意义也远在让消费者“吃口新鲜的”之上。

精神富裕源于把每件事做到极致

南方日报:现实中,许多人都有过高强度工作后身心俱疲,一句话都不想说,除了睡觉什么都不想做的经历,也不难体会,能够在完成任务基础上额外给别人提供情绪价值的人,是精神上的“富人”。如此,才能在劳累的工作中保有张口即梗的创作力、进行脱口秀式销售的精神头,外化为他人口中的“小太阳”。而精神上的富裕,很大程度上来源于把每件事做到极致后的正反馈,哪怕是炸鸡排这样算不上宏大的“小事”,收获顾客的好评后,也能化作滋养和动力。值得被看到的,不仅仅是“鸡排哥”忙中有序的工作状态,如何在繁忙中保持热情和主动,更是一门大学问。

故而,在流量世界中,草根网红是平台、用户、网友等多重推手共同造就的。相比于“鸡排哥”的金句,“鸡排哥”演我的工作状态”是个更有嚼头的话题,各地“鸡排哥”以何姿态做好承接运气的准备,同样值得思考。

热点 聚焦

卖不完的月饼要有合理去处

新闻事件:中秋过后,包装精美、寓意团圆的月饼,一夜之间从“宠儿”变为“弃儿”。超市工作人员介绍,未卖完的月饼将全部下架寄回厂家。河南某月饼生产厂家表示,“生产量都是根据当年的订单情况以及往年的销售情况定的,不会剩下太多。没卖完的月饼,我们会在中秋节当天低价卖给附近的超市,他们打折销售。”

北京青年报:作为时令性的传统美食,“月饼去哪儿了”背后涉及的食品浪费问题不容忽视。首先,量入为出,从源头重塑月饼的制作与定位,是破解浪费的关键。市面上的月饼,多以高糖、高油、高脂为特点,这让不少进行体重管理的消费者望而却步。若能转变制作理念,打造更多低糖、低脂、便携的“打尖食品”,不仅可以满足消费者需求,还能打破月饼“中秋专属”的局限,成为全年可食用的食品。

对已产生的剩余月饼,“变废为宝”的二次利用,是减少浪费的重要抓手。在社交平台上,有网友晒出“月饼沙拉”“酸奶水果月饼杯”等创意吃法。企业与商家则可借

鉴上海“零废弃月饼大作战”的模式,将未过期的剩余月饼进行深加工——五仁馅搭配椰枣制成能量棒,饼皮碎混合谷物做成早餐麦片,让原本可能被丢弃的月饼焕发新价值。

公益力量的介入,更能为剩余月饼开辟温暖的“第二归宿”。上海绿洲公益发展中心发起的“月饼零浪费大募集”活动已持续多年,号召市民捐赠未开封、保质期充足的月饼,通过“食物银行”分发给社区低保人群、环卫工人等困难群体。

杜绝月饼浪费,还需监管与消费观念的双重护航。《中华人民共和国反食品浪费法》明确要求,食品经营者应对临期食品分类管理、特别标示。监管部门应健全“节令食品日报制度”,追踪月饼的产量、销量、销毁量,严防过期月饼回流市场或被违规加工。同时,消费者也需树立理性的消费观念:根据实际需求购买,避免因“面子消费”囤积过多;收到多余月饼时,主动参与公益捐赠或创意改造,而非让其在角落过期变质。

民生 热议

“3×8”还是“8×3”?

本期话题:这几日,一道小学数学题引发了诸多网友讨论:有3个盘子,每盘8个水果,一共有多少个水果?讨论的焦点在于,列式是“3×8”还是“8×3”?

媒体谈

扬子晚报:人民教育出版社在回复中表示,乘法算式的写法或者符号表达,本身其实就是对乘法定义的一种约定,因此,这种符号表达的意义是唯一的,特别是在有具体情境的时候。

数学教育的目的不仅仅是算出正确答案,更是帮助孩子建立清晰的数学思维。在初学乘法阶段,强调“每份数×份数”的格式,实际上是在强化乘法的本质意义,即乘法是相同加数相加的简便运算。写成“8×3”,代表的是3个8相加,而“3×8”则意味着8个3相加。虽然数值相等,但对应的现实情境不同。

这种写法上的规范,并非吹毛求疵,而是帮助孩子建立学习与现实的连接,让他们明白每个数字在具体情境中代表什么。在学习的初始阶段,这种约定能够避免概念混淆,为后续学习打下坚实基础。就像学习语言先要掌握基本语法,熟练之后才能自由变换句式。

这场争论也折射出教育理念的时代变迁。过去不区分顺序,只要结果正确即可,如今不仅看结果还看顺序,这种变化反映出数学教学方式和教育理念的调整与演进——从追求计算结果正确,转向更加注重概念理解和思维培养。

从某种程度上讲,这场关于乘法顺序的讨论,所触及的可能是数学教育的核心问题,即我们希望孩子通过学习数学获得什么?是仅仅学会计算正确答案,还是真正理解数学概念,培养逻辑思维能力?从长远来看,后者更为重要。

网友说

***新*:**乘法算式要不要计较顺序,大家的意见不一。如果乘法有先后,那为什么九九乘法表只背一种顺序?

百*:当符号表达本身有意义,规范表达就自有其必要性。这里的意义,就是数量之间的逻辑关系,而逻辑,正是数学之美的重要体现。

光*:面对列式顺序的争议,还是要以最大程度减少对少年儿童思维发散能力的限制为宜,鼓励他们先爱上数学,再探索数学,享受数学带来的喜悦和惊奇。

媒体 观点

“伪优先”的加速包,治不好“一票难求”

新闻事件:当“开票即候补”成为节假日出行常态,第三方抢票软件的“VIP通道”“光速抢票”仿佛给旅客递去“救命稻草”。然而铁路12306早已明确:加速包无法实现优先购票。明知是“伪优先”,仍有不少人甘愿买单,这既暴露了焦虑催生的消费陷阱,更折射出票务服务优化的现实需求。

新华网:打开抢票软件,“VIP加速成功率提升90%”的弹窗强势推送;选定车次,“付费升级通道”的按钮格外醒目。这些精心设计的术语,将概率事件包装成必然,精准拿捏旅客的急切心理。但实际上,12306的排队系统遵循“先来后到”,加速包只是反复刷新、自动候补的机械操作。更糟糕的是,这些软件的“加速”,反而可能添乱。大量抢票软件高频刷新,加重平台服务器负担,导致用户操作卡顿。部分软件还会默认勾选“捆绑服务”,让旅客多花冤枉钱。

抢票软件活跃多时,源于供需矛盾与监管盲区。一方面,节假日铁路运力紧张仍是客观现实,一票难求的焦虑长期存在,为第三方平台提供了生存空间;另一方面,

对抢票软件的监管仍需加强。虽明确其无官方授权,但对虚假宣传、诱导消费处罚轻,多为口头提醒。同时,12306候补机制关键信息透明度低,旅客对官方渠道信任不足,转而寻求第三方“突围”,进一步助长了乱象蔓延。

12306作为官方购票主渠道,需进一步强化服务效能,一方面优化候补机制,公示候补成功率,解读优先级规则,让旅客看到希望;另一方面升级反作弊系统,依法打击外挂式购票。

有关方面应拿出系列措施,针对抢票软件虚假宣传问题开展专项整治行动,重罚宣称“优先购票”的平台,公开曝光典型案例;规范收费与退款规则,严查自动续费、捆绑消费等侵权行为;加强数据安全监管,切实保障消费者知情权、财产权与隐私权。

广大旅客也需保持理性,认清官方购票渠道,优先选择候补购票、关注临客加开、错峰规划出行。若遭遇加速包无效、退款难等问题,及时向12315平台、铁路监管部门投诉维权,用法律手段维护自身权益。