

K 铿锵杂谈
KENGQIANGZATAN

“春节回家带啥”是幸福的烦恼

□张海英

在外打拼的人即将在春节期间与亲人团聚，自然是一种幸福的期待；然而如何为这种团聚增添更多价值，却是个令人头疼的问题。“春节回家带啥”，是每个准备回家过年的人都要面临的问题。在微博等社交平台，“春节回家带啥”再次成为讨论的热门话题。(据中新网)

对于每一个准备回家过年的人来说，恐怕都会面临“春节回家带啥”的难题。尽管父母可能会说“什么都不用买，只要回家就好”，但子女一般不会两手空空去见父母。虽然说兄弟姐妹等亲人只是期盼你回家团聚，但带礼物是不少人的习惯，也是一些家族的传统。

表面上看，“春节回家带啥”的选择题比较简单，即送礼的对象缺什么你就带什么，或者说，你所在的城市有什么特产就带什么。但实际上却很令人纠结，比如很多父母往往会说自己什么都不缺；或者，你准备要带的特产老家也有销售——这就让你更加困惑了。

Y 一家之言
YIJIAZHINYAN

对“门票寻亲”多一些包容

□李英锋

河南一景区自2018年1月起，将300余名失踪儿童信息印在10万张门票上进行销售。近日，一名被拐10年的女孩看到这一信息后，找到了自己失散的亲人。对于景区这种寻亲行为，有声音对景区是否可以自主将失踪儿童信息印上门票提出质疑。对此，有专家表示，通过公益扩大企业社会责任的行为值得鼓励。(详见本报昨日14版)

近年来，已经有多家企业与公益组织合作，以饮用水瓶、酒瓶、共享单车等为载体，印上并传播失踪儿童信息，开展寻亲活动。而这些活动很多都遭到一些人的质疑，被指为借公益之名行商业宣传之实。

笔者以为，应该以建设性的视角来解读和评判“酒瓶寻亲”“门票寻亲”等活动。寻亲难，往往难在寻亲

其实，这是一种“幸福的烦恼”。在外打拼的人即将在春节期间与亲人团聚，自然是一种幸福的期待；但如何为这种团聚增添更多价值，则是个令人头疼的问题。而在物质极为丰富的今天，琳琅满目的商品多到消费者不知道要买什么，这种感觉既幸福又纠结。

在物资匮乏的年代，“春节回家带啥”也曾是个问题，也曾让人烦恼，因为没有多少选择。而如今不知道回家带啥，则是选择太多带来的烦恼。尤其进入电商时代后，各地特产乃至国外商品在网上应有尽有，且有快递送到家，也会让消费者陷入幸福的烦恼。

因为电商平台出现之后，无论你生活在大城市从网上购物，还是生活在农村地区从网上购物，选择机会与消费成本几乎是一样的，你能从网上买到的东西，你的亲人也能从网上买到，显然这又会增加你的烦恼，原因是，你认为独特的礼物似乎不那么独特了。

可以说，“春节回家带啥”也是观察时代进步、经济发展和社会变迁的

一个微观“窗口”。虽然10年前或20年前很多人回家的情形与今天有相似之处——即提着大包小包回家团聚，但包里礼物应该是有区别的，比多年前的礼物更丰富更有品质。

笔者以为，在你不知道回家带啥的情况下，最好是把复杂的问题简单化，即只要你用心给亲人选择礼物，他们都会很高兴。即使你所带的礼物在老家在网上也能买到，但是因为你回家过年了，你用心选择了，就会给他们带来惊喜和快乐。

“礼轻情意重”这句话，比较适合在春节期间给亲人送礼。并不是花钱越多的礼物所代表的情意就重，而是只要你适当表达心意，亲人们都会感受到你的浓浓情意。即使你不带任何礼物回家，亲人们也会张开热情的双手欢迎你回家过年。

从近两年情况看，节后返城的人群，不管是汽车后备箱还是行李，都装满了亲人对你的“回馈”，这种“回馈”的分量，或许远比你带给亲人的礼物要重很多。当然，亲人之间的互相赠予不能以“分量”来论，而是互相表达心意、爱意的独特方式。

信息的闭塞，难在寻亲信息传播的范围有限。不少失踪儿童的父母靠着到处打听、走访、发放张贴寻人启事、网络发帖等方式寻亲，无异于大海捞针。有时，即便求助于警方、公益组织，如果缺乏针对性、指向性较强的有效信息，也难以奏效。

比如，失踪儿童的父母在警方备了DNA样本，但失踪的儿童(可能已经长大懂事)看不到寻亲信息，没有提供自己的DNA样本，警方也就无法完成比对，寻亲就不会成功。而企业发起“门票寻亲”等活动，通过数量众多且流动性极强的游客等群体传播寻亲信息，寻亲信息的受众就增加了，传播范围就扩大了，影响力也增强了。这样，就多了一条寻亲的路径，就多了一些“宝贝”回家的希望。

寻亲信息渠道的增加会提升寻亲成功的概率，纵使“门票寻亲”等活动在一段时间内没有取得实质效果，对寻亲

也是有益的，对丢失儿童的家庭也是一种安慰，传递了正能量。令人惊喜的是，一名女孩看到了相关信息后已经与家人团圆，这无疑是对“门票寻亲”活动最有力的肯定和鼓励。

“门票寻亲”等活动并未被法律禁止，企业有在法律底线之上发起公益寻亲活动的自由。新闻中的这家景区与公益组织“宝贝回家”合作，取得了该组织的授权，通过正规渠道选取了300名丢失儿童的信息，保障了活动的正当性、严谨性和公益性。实际上，“门票寻亲”等活动也获得了丢失儿童家庭的普遍支持，符合这些家庭的需求。

只要“门票寻亲”具有公益性的一面，也就值得肯定。退一步讲，即便企业发起寻亲活动，是一种炒作，也是一种有价值的炒作，是一种能够体现社会责任感的炒作，具有爱心和温度。这样的活动多多益善，我们也应该秉持一种包容的态度，为企业助力寻亲创造一种正向舆论氛围。

S 生活观察
HENCHUO GUANCHA

炫耀酒驾被举报 莫怪交友不慎

□史奉楚

近日，一名女子疑似在酒驾后发朋友圈炫耀，该做法引起了其朋友圈好友的反感，一名好友表示“看不过眼”，酒驾害人，尤其是害了更多的无辜路人或者身边车辆。后该女子被好友截图举报。广州交警接到举报后，迅速介入调查，并在1月24日将该名女子查获归案。经仔细调查，广州交警对其酒驾行为作出暂扣机动车驾驶证6个月，罚款2000元，计12分的处罚。(据《南方都市报》)

此事被媒体曝光后，引发了广泛热议。关键是，举报涉事女子的不是别人，而是微信好友。那么，该女子被微信好友举报，到底是交友不慎还是自作自受。平心而论，无论是从道德层面还是法律层面讲，该微信好友的举报行为都不该被苛责。

从世俗伦理的角度来看，好友的举报行为让很多人无法接受。在很多人的认知中，不出卖朋友是做人的底线，即便其朋友违法乃至犯罪了，也不该将其举报至公安机关。

但是，无论是从道德还是法律角度出发，其朋友的举报行为都不该被苛责。从法律层面讲，举报违法犯罪是公民的权利和义务，刑事诉讼法明确规定，任何单位和个人发现有犯罪事实或者犯罪嫌疑人，有权利也有义务向公安机关、人民检察院或者人民法院报案或者举报。知情不报者，虽然不构成违法犯罪，但对犯罪分子或犯罪证据有积极的隐瞒、藏匿等行为，或提供物资和便利帮助犯罪分子逃匿的，则可能构成窝藏、包庇罪。

而从道德层面讲，违法犯罪行为严重扰乱人们赖以正常工作的社会秩序和社会安宁。如果都抱着事不关己高高挂起的心态对待违法犯罪行为，破案率将会下降，犯罪分子可能逍遥法外，社会安宁甚至自身安全都无法得到保障。就以酒驾或醉驾来说，这看似小事，实则可能酿成重大交通事故，让无辜者遭遇无妄之灾，让美满家庭被醉驾的车辆“冲散”。因此，每个合格公民都应履行这一道德义务，也应从道德层面对举报行为加以肯定和褒扬。

值得注意的是，现代社会首先是法治社会，法治和规则才能有力捍卫社会安宁，从而提升公众安全感。尊重法律、敬畏规则才能给自己带来幸福和平安。具体到此事件中，最该谴责的恰恰是酒后驾驶还发朋友圈炫耀的女子。敢于酒后驾驶，说明其对法律没有起码的敬畏，对他人生命财产安全没有半点尊重；发朋友圈炫耀，说明其不以为耻、反以为荣的丑陋心态，必然会引起朋友圈好友的反感和举报。

所以，与其苛责微信好友的举报行为，不如说酒驾女子是自作自受、自食其果——没有其嚣张的酒驾在先，也就没有微信好友的举报。微信好友的举报，于私而言，是避免涉事女子一步步掉入深渊的挽救行为，于公而言，是保护公共安全和公共利益免遭侵害的“大义灭亲”。

胡辣汤

麻辣鲜香 开胃提神

□李小将

最近几天，可能不少市民已经感受到，理发、洗车、洗澡等服务行业都涨价了。可是，1月28日晚，记者在市区辽河路沟张农贸市场一家理发店看到，这里春节理发不涨价，与平时一个价儿。(详见本报昨日06版)

在服务行业涨声一片的潮流中，这家理发店连续三年不涨价，犹如一股清流，温暖人心。不得不说，这是

一个有温情、有温度的理发店。赵迪不愧是一位诚实守信的老板。

为何在很多商家把“春节涨价”作为难得的机遇时，他却要另辟蹊径呢？赵迪一句“都是老顾客，这么多年一直照顾生意，咋好意思涨”道出了原委，这不仅是经商之道，也是为人处世之道。因此，“三年不涨价”不仅是一种坚守，更是一种智慧。

“春节涨价”的商家一定就能赚吗？“春节不涨价”的商家一定就吃亏吗？我看未必！如今，市民消费渐趋

理性，更加追求物有所值的消费，价格涨得高了，大不了不在你这消费，换一家便宜的就是了。在这种情况下，那些不涨价的商家，更容易吸引消费者，让消费者记住。