

# 把“应有的样子”更好立起来

“你有一颗炙热的向党之心，令人感动。”近日，习近平总书记委托中央组织部负责同志向国家话剧院一级演员游本昌转达勉励和问候。

92岁宣誓入党，总觉得做得“还不够”，心中始终有团火，新党员游本昌的入党故事令人感动。近来同样让人心生敬意的，还有一位老党员。“中国核潜艇之父”黄旭华院士走完了传奇的人生，回到家乡安葬，碑文有三行字：“此生属于祖国 此生属于核潜艇 此生无怨无悔”。

新老两名党员的追光故事，为“中国共产党人是什么样”，写下生动而深刻的注脚，不由得让人想起一段往事。

1948年春节，松花江畔的富锦城，几位进城买年货的农民，走近柜台对营业员

员认真地说：“我们要买共产党像。”

“哪来的共产党像呢！”亲历这个场景的13岁少年，从心底发出一串会心的笑语。40多年后，这位亲历者在报纸回忆文章中得出了相反的结论：“其实，‘共产党像’是有的。”

政党是有样子的，只是这“样子”不挂在墙上，而是立在人们心里。团结带领人民翻身得解放又过上好日子，中国共产党在人民心中是有“像”的。而塑造这幅“像”的，不是别人，正是一代代接续奋斗的共产党人。他们以信仰为笔，以奋斗为墨，在中华大地上写下不朽奇迹和壮丽诗篇，也让党在人民群众心中留下不可磨灭的光辉形象。

党员的形象，聚合起来就是党的形象；党员“有样子”，党就有力量。真正的共

产党人，有着“干惊天动地事，做隐姓埋名人”的崇高追求，有着“只要还有劲儿，就应该继续前进”的奋斗精神，有着“平常时候看得出来、关键时刻站得出来、危急关头豁得出来”的闪光品格，他们身上既彰显着真理力量，又充满着人格力量。

赋予他们人格力量的，是优良的作风。要有好样子，先有好作风。上世纪40年代初，党组织给习仲勋同志的鉴定中，有这样一个细节：“在一个夏天，习仲勋走得疲倦了，就随便睡到一家老乡的炕上，那位年老的主人就蹲在他的身旁，亲切地看着他，替他驱着苍蝇。”群众的眼睛是雪亮的，能从举手投足间，看清谁才是自己人、对自己好的人。群众往往通过身边的党员来观察党、评价党，也用心中党的形象来评价党

员“像不像”。带着感情去做事，跟群众坐一条板凳，多听真话实话，多办好事实事，就能赢得群众衷心信赖与拥护。

习近平总书记指出：“中国共产党是世界上最大的政党。大就要有大的样子。”大党之大，不只是体量大，更在于大胸怀、大格局、大担当。要把这“大的样子”描摹好，每名党员都是执笔画“像”的人。

“看着北斗星走不迷路，跟着共产党走会幸福。”广大党员把“应有的样子”更好立起来，一言一行践行初心使命，一笔一画书写政治本色，用实际行动展现什么叫“时代先锋”“民族脊梁”“最可靠的主心骨”“人民公仆”，人民心目中就永远有一副鲜明而光辉的“共产党像”，和衷共济创造新的历史伟业。

（据《人民日报》）

## 药店推行阴阳价 别把医保卡当套利卡

据报道，近日，来自重庆的邓女士表示，自己在当地一家药店购买三黄片（葵花），店员告知售价为18元一盒。结账时，邓女士掏出医保卡准备付款，收银员见状提醒她，刷医保个人账户比付现金贵，需要支付26元。据了解，邓女士的经历并非个案。不少参保人在医保定点药店购药均遭遇“阴阳价”，同一款药，刷医保个人账户比付现金贵。

药店作为零售药的主要市场主体，追求利润最大化本无可厚非，但通过“阴阳价”实现这一目标，就属于投机取巧。由于医保结算回款需要时间，存在周期性延迟现象，药店需先行垫付统筹基金报销部分，还要承担2%至3%的手续费，资金回笼压力导致部分商家将成本转嫁给消费者。药店的“阴阳价”策略之所以能够实施，则是利用了参保人对医保个人账户资金敏感度较低的心理，当现金支付与医保支付价格悬殊时，消费者就会陷入“不用医保亏钱，用了更亏”的两难境地。

这种定价机制对个人权益构成多种损害。一方面，这一做法直接推高参保人的用药成本，使本应发挥保障作用的医保个人账户沦为高价买单工具；另一方面，长期存在的价差将削弱公众对医保制度的认同感。当参保人发现个人账户资金无法实现等价购买，而是需要为同一商品支付更高价格时，必然产生对医保卡的消极认知，进而影响医保参保积极性。

更要看到，药店推进“阴阳价”实质上是套取医保基金的一种变相手段。通过虚高定价，药店不仅将经营成本转嫁给基金，更可能滋生骗保行为。当部分商家发现定价漏洞可带来较高利润，必然引发效仿。部分“阴阳价”的价差较大，再加上所涉药品很多，如此将导致医保基金出现渗漏，导致医保基金累计流失量巨大。

整治这种乱象，医保部门应建立价格动态监测机制，利用全国统一的医保信息平台，对定点药店药品价格实施全流程追溯。通过技术手段比对采购价、销售价与平台价，自动识别异常波动。同时对医保定点零售药店加强日常管理，加大飞行检查频次，对发现违规行为的药店采取相应惩罚，情节严重者直接取消定点资格。

对于“阴阳价”，完善制度设计是治本之策。今年1月，国家医保局发布的《关于推进基本医保基金即时结算改革的通知》，提出推进医保与定点医药机构即时结算，为定点医药机构运行持续注入流动资金。加速推进医保基金即时结算改革，通过缩短结算周期、降低手续费率，从根本上缓解药店资金压力。同时应建立定点药店分级管理制度，将价格合规性纳入考核指标，与医保支付额度挂钩。让合规经营者获得政策倾斜，让违规者付出沉重代价，才能全面提升药店经营者对医保基金的敬畏之心。

（据《北京青年报》）

## 外卖员代扔垃圾不妨一试

对于高楼层无电梯住户和行动不便人群来说，扔垃圾成了生活中的“大难题”；对于宅男宅女来说，送外卖后带垃圾下楼让便利感升级，无疑是“懒人福音”。外卖平台试点的“骑手帮扔垃圾”服务，确实是有市场需求的。

对于外卖员而言，拓展的服务内容意味着更多的增收渠道。再者，“补贴+打赏”的机制能够让外卖员心甘情愿地提供服务，避免因差评机制不得不满足客户的要求，包括免费帮扔垃圾。

可以说，这是考虑了客户需求与骑手利益的有益、可行之举，不妨大胆一试。

其实，早在2019年，就有外卖平台推出“代扔垃圾”服务，但都草草收场。这项服务的再度出现，折射出服务行业从价格战升级为精细化、差异化服务的竞争，从拼价格、拼速度转向拼服务、拼人心。近年来，各大外卖平台都在尝试提供增值服务以提升竞争力，挖掘用户的潜在需求以提升用户黏性，比如“帮遛狗”“代排队”“代取快

递”等，“代扔垃圾”就是其中较具潜力的服务之一。

当然，任何新服务的推出都可能面临一些质疑与挑战。“外卖员代扔垃圾”服务的争议之处在于潜在的卫生安全风险、服务边界模糊等问题。比如，如何确保代扔垃圾后，外卖员严格按照规范流程清洁消毒？代扔垃圾的类型和重量是否有明确界定？代扔垃圾服务是否加重外卖员负担从而影响了送餐服务？这些问题需要平台认真对待，持续优化。

新服务的不断涌现是一件好事，有助于精准对接供需、改善消费体验、提升消费意愿，体现了平台、行业乃至整个经济社会的“向新力”。尽管有“成长的烦恼”，但人们不应抹杀这种创新，而应以包容的态度去对待。期待这项服务在不断的优化与完善中为外卖行业注入新活力，也为城市生活增添更多温暖与便捷。

（据《广西日报》）



便捷方便的适老化设计、“车随人走、夜行日游”的旅行模式、丰富多彩的文娱活动……近年来，“银发专列”成为热词，越来越多银发族以饱满热情投身旅途中，奔向“诗与远方”。

新华社发

### 快 评

## 专用“隐私号” 让数字环境更加规范有序

叮铃铃！“700XXXXXXXXXXXX”！不久后，当你看到类似这样的15位号码来电时，可以认定本次通信启用了号码保护服务，对方使用了“隐私号”。工业和信息化部日前印发通知，部署开展号码保护服务业务试点工作。700号段将被作为号码保护服务业务的专用号段，这意味着我国对“隐私号”的管理更趋规范。

### 点 评：

随着全社会对信息安全的重视不断提升，号码保护服务的推广无疑契合了用户对于个人数据自主权的迫切需求。该服务既有助于降低骚扰电话和诈骗事件发生概率，也能有效推动企业规范化管理客户资料，让数字环境更加规范有序。

（据《湖南日报》）

## 严查“收费入职”等乱象

据报道，高考结束后，湖南长沙的小沈在某招聘软件看到招聘电影院短期检票员的信息，面试时被要求缴纳380元“制服费及工作证费”。然而，实际工作却是每天12小时洗碗，薪酬仅100元/天。小沈和家人要求退款未果。

### 点 评：

调查发现，暑期工遭遇岗位不符、克扣工资甚至拖欠报酬的情况并不少见。此类骗局瞄准学生社会经验不足、维权意识薄弱的特点，涉事企业违法成本低而获利空间大。建议相关部门加强招聘平台审核，严查“收费入职”等乱象。

（据《河南日报》）

## 别让“换脸”成为“高考奖励”

近几年，每年高考后都会出现一阵医美热潮，“双眼皮手术爆单”“打瘦脸针要抢号”……不少高中毕业生趁暑假做医美，准备“改头换面”迎接大学生活。不少家长将割双眼皮、打瘦脸针等医美项目作为给孩子的“高考奖励”，甚至主动催促孩子“改头换面”。

### 点 评：

医美手术并非零风险，即便是微整形，也可能带来严重的并发症。青少年的身体尚未发育成熟，对手术的耐受力 and 恢复能力较弱，一旦出现问题，后果可能伴随终身。

将医美作为“高考奖励”，或许还会引发一种畸形的价值观：外貌是成功的捷径，颜值即竞争力。这种观念会在无形中加剧“外貌焦虑”。事实上，真正的自信和魅力源于内在修养与能力，而非单纯的外表。青少年正处于审美观形成的关键期，过早接触医美可能让他们将自我价值与外貌挂钩，忽视内在成长的重要性。父母之爱子，当为之计深远。与其用医美“奖励”孩子，不如帮助他们树立健康的审美观，培养真正的自信。

（据《羊城晚报》）

## 星级酒店摆摊 是接地气的转型之举

近日，郑州一五星级酒店摆地摊一天收入3万元的消息引起了网友热议。据了解，该五星级酒店厨师穿戴整齐，下午5点出摊，小龙虾卖38元一斤，6点基本售空。

### 点 评：

近年来，随着“禁酒令”的推行和宴请标准收紧，以及婚宴、会议市场需求下降，酒店餐厅包厢空置率上升、餐饮收入下滑。为此，部分酒店为寻求新的收入来源，主动放下身段，尝试“摆地摊”这种接地气的经营方式。

当然，尽管短期成效显著，但若酒店深度参与“地摊经济”，仍需警惕其潜在风险。一方面，过度依赖低价策略，可能造成酒店品牌档次下滑；另一方面，酒店若形成规模化低价竞争，将对传统小摊贩造成“降维打击”，挤压其生存空间。因此，建议酒店摆摊采取“差异化定位”营销策略，与宴席的菜品种类区分开来，主打精致预制菜和特色菜、小吃等，与普通摊贩的现炒热食形成互补；地方政府应予以有序引导，如划定“酒店市集”“美食大赏”等特定区域、推动形成特色餐饮街区，以避免同质化竞争。

（据《湖南日报》）

## 规范“无堂食外卖”经营服务

近日，重庆市市场监管局制定发布了《无堂食外卖经营服务规范》（以下简称《规范》）团体标准。据悉，该标准系全国首个聚焦“无堂食外卖”全链条服务的团体标准，旨在进一步规范“无堂食外卖”经营服务行为，提升外卖食品安全水平。

### 点 评：

《规范》的出台仅是起点，要想让《规范》真正发挥效力，还需在落实层面下足功夫。比如监管要通过技术手段实现数据互通，打破平台与监管部门之间的信息壁垒，并建立动态巡查机制，对违规商户实施处罚。

（据《广西日报》）

## 公共消防栓 不是谁家的快递柜

快递上门人不在家，放哪合适？不少人会选择消防栓。多家快递公司“收件偏好”中也支持将收件点设置为消防栓。

### 点 评：

消防栓是为维护公共安全而设，随意放置他物，一旦发生火情，势必影响消防效率。如今，全国每天有数亿件快递在各地流动。签收时怎么放、放到哪儿，是个现实的问题。“签收点”瞄上消防栓也有一定无奈因素，但公共安全关系所有人。人人都自觉自律一些，将消防栓箱里的杂物清理出去，尽可能堵住隐患，才能为生活上好“安全阀”。

（据《工人日报》）

人人讲安全、个个会应急

An illustration showing four different disaster scenarios: a fire, a flooded car, a person being rescued from a car, and a person being rescued from a car.

排查身边 灾害隐患

国家防灾减灾救灾委员会办公室 应急管理部