

对地铁票价有啥想法 找听证代表为您捎话

本报讯(记者 宋建巧 实习生 杨亚克)记者昨日从市物价局基金处获悉,地铁票价听证会8名消费者代表和5名旁听人员参加名单已确定,市民可以联系他们,提出自己对地铁票价的建议和意见,由这些代表收集整理后带到听证会上。

为了方便市民对票价提出自己的想法,物价局基金处还开启了办公电话67189781和67189871,欢迎市民拨打。据悉,听证会其余参会代表,包括人大代表、政协委员、政府部门人员等名单仍在推敲中,尚未最终确定。听证会代表名单全部确定后,物价局将召集所有代表在一起座谈,下发郑州地铁1号线票价方案,并在听证会开始前为代表们留出15天时间进行调研。

地铁1号线票价听证会 消费者参加人员名单

序号	姓名	性别	文化程度	职业	年龄	联系电话
1	蒋英艳	女	本科	记者	30	18638197253
2	常春	男	本科	工程师	41	18637116558
3	李洋	男	本科	IT行业	44	13613847862 13343828069
4	郝买生	男	高中	无	54	13526835343
5	蔡群	男	本科	铁路高级经济师	54	13213168588
6	靳钢	男	大专	医生	58	13073709544
7	钱瑞锋	男	大专	教师	66	15225171736
8	卢法舜	男	大专	退休	78	15903609191 67260411

旁听人员名单

序号	姓名	性别	文化程度	职业	年龄	联系电话
1	付龙	男	中专	学生	26	13592022297
2	乔涛涛	男	本科	教师	33	13526815277
3	崔建州	男	大专	私企	55	15936268788
4	李树梅	女	大专	退休	65	15238315309
5	王华奇	男	大专	退休工程师	67	63720667

学习雷锋 奉献他人 提升自己

郑州有支民间 水上义务搜救队

本报记者 王影

5月16日,在黄河大堤,一名孩子落水,20多名带着救生设备的队员,在水里整整搜救4个小时无果,虽然如此,但孩子的家人心存感激;8月5日晚,郑东新区龙湖,两名男子先后在不同区域溺水,10多名队员靠着车辆打出的灯光,背负漂球在事发水域搜救……在郑州,有这样一个群体,他们没有工资却经常集中在一起训练,他们不是官方专业救援队,却有一颗甘于奉献的心,他们就是郑州市民自发组织的水上义务搜救队。

2005年10月16日,首批24名自愿报名的公益人士分别在一份安全协议上签字,立下生死状,自此郑州市有了自己的水上义务搜救队。“这是个挂在郑州市游泳协会下面的民间公益组织,自成立起便将免费救助落水市民作为我们的主要任务,一旦有市民水中遇险,就可寻求帮助。”作为这个民间公益性组织的发起人,水上义务搜救队前队长王保元当时的想法很简单:经常有媒体报道郑州水域发生溺水事件,就萌生了建立义务救援队的想法。近8年来,面对危险,没有一个队员选择退缩,他们救出过很多落水者。水上义务搜救队现任队长霍卫东介绍,现在救援队队员已经发展到近百人,他们当中有企业家、政府官员,也有下岗工人,已初具规模。



七夕:别让“浪漫经济”绑架传统文化

本报记者 王娟 刘伟平 实习生 龚芮

商家:让“浪漫经济”袭绿城

告白送对戒、自制巧克力、浪漫烛光晚餐、金价折扣、七夕购物买就送……在七夕节到来时,“浪漫经济”热袭绿城,各大商家纷纷抢占商机。记者走访发现,商业元素正在主导着传统节日的价值和走向,不仅服装、饰品等打折促销,连“七夕”几乎挨不上边的汽车、驾校、房产等也加入到打折促销行列。

走进各大商场,商家们纷纷打出“七夕爱情促销牌”。在二七路一家大

型商场,这里服饰大部分满100元减60元,部分化妆品满300元返50元,来逛街购物的情侣络绎不绝。人民路某商场打折力度更大,取“七夕”的谐音,全场商品77元当240元花,在打折的基础上,服饰满770元再减77元。

吃一顿浪漫的烛光晚餐或者共同制作“爱情巧克力”也是很多情侣过七夕的一种选择。为了招揽顾客,一些餐饮企业适时推出了一系列情人节套餐,并适当给予价格优

惠,或采取情侣就餐送玫瑰花、巧克力等小礼物来吸引顾客。

除了实体店,被七夕催热的还有网络交易。记者在淘宝网上输入“七夕情人节礼物”关键字,共出来251503件宝贝。在一家叫芳轩的花店,为迎接七夕,店家在一个月前就已进行了促销,月销售量达1336件。店家表示,随着七夕到来,玫瑰、百合等鲜花销量增加不少,许多买家都是选择网购,既方便又实惠。

老年人:其实那是一段美丽传说

在七夕被“浪漫经济”包围的今天,七夕本身“美丽、浪漫”的内涵在褪色。

在采访中,记者发现50岁以上的人们对七夕“浪漫经济”持否定态度,因为他们对七夕那个美丽的传说“一

往情深”。

“小时候听老人们说,每年的七月初七牛郎织女要相会,那天都要下雨,那是他们见面后在哭泣。”说起七夕节,生于1956年、家住郑州西郊的市民李香凤打开了话匣子。

年轻人:当成情人节助推“浪漫经济”

在走访中记者发现,对于“80后”、“90后”,鲜有知道七夕就是“乞巧节”的,更有不少年轻人把七夕当情人节来过。而且,不同时代的人对于七夕有着不同的“爱情记忆”,也有着不一样的表达方式。

“吃西餐、看电影、送鲜花,一天下来陪女友共花费近600元。”刚入职一年的赵文祥在某文化公司负责文秘工作,他说,七夕已成为他的“甜蜜负担”。

在采访中,不少大学生或刚入职的年轻人表示,过一个像七夕这样的节日,少则花费数百元,多则上千元,给自己增加不小的经济压力,情人节如同“情人劫”。

“表达爱意的方式有很多,不能够仅仅用礼物来衡量,更不能让七夕只成为以爱情为卖点的商业行为。”市民谢歌说,在他看来,七夕并不仅仅是大家口中的情人节,其内涵更是对爱情

的向往和赞扬,让对方感觉到内心的真诚和牵挂,才是最美好的甜蜜。

“90后”大学生王书洁有着自己独特的表达方式:七夕不仅关乎爱情,更意味着经历与成长,让我们共同努力,让爱伴随我们生根发芽。

在微信、微博、人人等新型社交媒体上,像王书洁这样的年轻人,都是用这种现代且特殊的方式,对女友真情告白,以期得到好友的祝福。

专家: 更多挖掘传统节日文化内涵

如何让这个中国传统节日过得更有意义,更有传统文化气息?我们采访了相关专家。

“现在不少人将七夕称为情人节,主要还是缘于这个节日与牛郎织女传说的紧密关系,牛郎织女传说向人们传递了一种忠贞不渝、不离不弃的爱情婚姻观。七夕节与西方的情人节有本质的区别,简单地把它视为情人节的做法欠妥。”市政协常委、市文广新局调研员黄海碧说,按民间传说,七夕节表达的是已婚男女之间“不离不弃”、“白头偕老”的情感,是对浪漫爱情的讴歌。

对于现在不少年轻人认为七夕和西方情人节一样,是中国的情人节,黄海碧认为,这是中国民俗文化西化的标志。牛郎织女的爱情故事是苦楚的,一年才能相见一次,打造成情人节与该节日的文化内涵有很大区别。

不少商家炒作“中国情人节”赢利,客观地说,这种炒作拉动了经济增长,也在一定程度上加强了人们对七夕的认知。“除了创造经济利益,更应该把七夕民俗和传统文化结合起来,更多地关注、挖掘传统节日文化内涵。”黄海碧说,既留住民族传统文化的根,也要充分认识节日的真实内涵,创新和丰富节日内容,避免陷入“文化搭台、经济唱戏”的怪圈,让七夕节真正成为中国的本土节日,并让七夕民俗发扬光大。



昨日,管城区西大街办事处平等街社区举办“编织幸福,共话七夕”社区访谈活动。新婚夫妇、金婚夫妻等交流幸福家庭体会。图为对一对金婚夫妻获得金婚证书和戒指。

河南移动G3客户即将超越1000万

积分能换手机了!

G3新机扎堆上市,多核智能大屏低至499元,全面击穿3G手机价格底线!换手机,到移动,预存话费即可参与0元购机!

河南移动3G客户率先超越1000万之际,推出积分换机惠上惠,购机一省再省!

全省5000万移动客户均可参与。

查询积分请发短信6到10086,积分换机请到移动营业厅或搜索

河南移动商城

智者云集 千万有你



引领3G生活

www.10086.cn 10086