

## ◎头条锐评

“我怀念看到商家忙得不可开交的情景,我希望疫情快快结束,哪怕让我爬9楼也毫无怨言……”近日,外卖小哥田猛在广东深圳卫健委官方账号的一则留言火了。他表示,疫情期间,无接触取送餐确实方便了,但还是希望一切恢复正常。

受疫情影响,堂食消费者减少,商家做外卖出餐速度更快,外卖员排队取餐的时间也减少了;无接触配送,将餐食统一存放到指定地点,不

必跑上跑下、挨家挨户奔走——这对于外卖小哥而言,其实是一件美事。

然而,面对“外卖员的春天”,上述新闻中的外卖员并没有心安理得——疫情打乱了人们的正常生活方式,外卖员的相对轻松实则建立在消费者的不便基础上,他们并不为这种“因祸得福”欣喜,反而有一种无法提供完整服务的惆怅。

真诚的态度、朴实的言辞,换位思考、将心比心,让这则“外卖员小作文”具有了打动人心的力量,这超越了个体的算计,体现了“无穷的远

方,无数的人们,都和我有关”的共同体意识。一个在心中给他人留下足够位置、渴望与其他行业的人们共建共享城市繁荣发展的外卖员,显然已成为“颜色不一样的烟火”。

当今世界日益“你中有我,我中有你”,不论是大灾还是小难,没有谁可以真正“独善其身”。“外卖员小作文”盼望疫情早日结束、让人们回归正常生活,说出了许多人的共同心声。

除了共同体意识,“外卖员小作文”里还蕴含着奋斗精神。商家忙得不可开交也好,外卖员忙着爬楼送

货也罢,这些为过上更好生活而努力打拼的人,何尝不是一座城市奋斗者的缩影。成功不会从天而降,愿意在平凡世界里脚踏实地、奋发有为的外卖员,值得尊重和点赞。

古有药店贴出“但愿世间人无病,何惜架上药生尘”,今有外卖员感慨“宁愿自己多爬几层楼,也希望疫情快结束”,时代变迁,但总有一些“大我”的格局和境界,可以穿越时空,亘古不变。这也让我们足够相信:万众一心,何愁疫情不除。

(据《工人日报》)

## ◎ 百姓话题

碱性水能“治病”和“酸碱体质论”的养生大骗局早被揭穿,但不少中老年朋友依然相信长期喝碱性水有利于健康。记者近日调查发现,在云南家喻户晓的云南天外天天然饮料有限责任公司官方网站、公众号、小程序、对外营销的广告语、水瓶包装、瓶身和热线客服,都有意无意地打着擦边球,引导暗示消费者认定碱性水对肿瘤、痛风、骨质疏松、血糖、脂肪肝、高尿酸血症有“治疗”的作用。且该公司“为健康,喝碱性水”的

营销广告语,在昆明街头随处可见。

对于碱性水能“治病”等说法,医务人员通常会嗤之以鼻。因为在医学教科书上,有专门章节讲解水与电解质平衡和人体酸碱调节原理,呼吸性或代谢性酸碱失调甚至中毒等,是临床上运用范围极广的基础理论。其中,肾脏通过离子代谢、肺脏通过呼吸等,可以实现酸碱转化,从而使血液的PH值恒定维持在7.35~7.45之间。正常情况下,人的调节机制是十分敏锐的,一个人过度呼吸或者憋气,都可影响人体酸碱度。这就意味着,在人体强大的酸碱调节功能面

前,所摄入的水与食物的酸碱度,对人体酸碱度的影响可以忽略不计。

然而,理解这些理论存在较大难度。相比之下,以促销碱性水为目的的误导性宣传,反而易于传播。比如,许多食品呈酸性,似乎只有通过碱性水加以中和,才能维持酸碱平衡。不少疾病也带着“酸”字,如痛风是因为“尿酸高”,患胃病喜欢“吐酸水”等,带“碱”字的疾病与症状很少,碱性水似乎具有祛病的作用,等等。这些所谓的道理看似浅显易懂,却纯属谬误。但民众对于健康养生知识,有一种极为普遍的认知习惯,他们不愿探

究深奥的理论,毫无依据的“浅显道理”反而不乏拥趸,这是碱性水频繁出现且不愁销量的一个重要原因。

科普宣传与营销宣传相比存在短板,就不妨通过更加严厉的执法监督来加以弥补。不明说但暗示可“治病”等打擦边球现象若能得到更严格的监督和更严厉的处罚,这本身就是对此类养生骗局最直接的否定,是对“酸碱体质论”的最好纠偏。让“为健康,喝碱性水”等广告销声匿迹,对碱性水营销釜底抽薪,就能让民众免受此类误导性宣传的持续沾染。

(据《羊城晚报》)

[illegible]