

无问西东,“慢火车”驶向家的方向



新华社 陈尚营 陈诺

冬日下午,温暖的阳光给安徽合肥站的一辆绿皮车镶出一道金边,蓝白相间的车头一侧,排气口飘出悠悠烟气。列车员站在车厢门边引导乘客:“慢慢来,小心台阶!”走进这辆K8525,“慢慢来”这个词,一下子具象化了。

它是进城务工人员方便实惠的“通勤车”,是沿线村民卖货的“顺风车”,还是一些铁路迷的“打卡车”。年关近了,又是很多人的“探亲车”“返乡车”。然而无论是谁,都能在这辆列车上松弛下来,唠唠家常、轻松回家。

相比疾驰的高铁,K8525的确很“慢”。从安徽的省会合肥到江城芜湖,其间经停3站,全程近4个小时,平均时速约60公里。如果坐高铁,最快只需37分钟。

16时20分,这趟从合肥始发的火车缓缓启动。连排的座椅、向上半推起的车窗、壁挂的老式温度计……车轮碰撞铁轨的哐啷声中,仿佛回到了从前“车马慢”的

时代。中国铁路上海局集团有限公司合肥客运段的5名列车员早早给车窗贴上窗花,在每一节车厢挂上红色的灯笼。

别看是“老骥伏枥”,这趟车“上座率”不错。4节车厢满载400多人,始发站就售出了一半多的座位。虽有些拥挤,倒也热闹。我们顺着车厢一路走,和乘客不经意间相视一笑,便能打开一个“话匣子”。

一聊才知道,大家选择这趟慢车的理由很多。

在一号车厢的丁老师看来,方便实惠是第一位的。“这趟车票价最低5块,全程22块5,我跨城上课,只坐一站,算下来比高铁大巴划算。”她掰着手指,算起细账。

140公里的直线距离,K8525先南下再东上,绕了100多公里的路,方便了不少沿线旅客。

“早上那班车更热闹,车厢里能看到不少扁担菜筐。”丁老师说,夏天的西瓜、秋天的螃蟹、立春的春笋……沿线农民赶早进城卖菜,清晨6时出发的列车成了四季无休的移动农贸市场,“有时候,菜在车上就被

被乘客买光了。”

晚上6时,龙桥站快到了。二号车厢的朱子诚迫不及待推着行李箱,提前站到车厢门口,这是他上大学后第一个寒假,“头一次离家这么远、这么久,想家了。”

2024年9月,他坐这趟车去大学报道,如今接他回家的,还是它。“虽然慢,但比中途转车方便多了。”

龙桥站,就在合肥市庐江县龙桥镇。这是庐铜铁路上一个四等小站,每天有两趟列车经停,200多位乘客进出。

龙桥站上车的人群中,我们一眼就看到了柯桂金。61岁的她用一根竹竿当作扁担,一头挑着红色塑料袋,另一头则是到她腰部的白色编织袋,哪怕有列车员协助,脚步依然有些吃力。

车厢里,我们掂起她鼓鼓囊囊的编织袋,沉得惊人。“去儿子家过年,这是给他们带的年菜。”她告诉我们,里面有鸡蛋、自家养的鸡鸭鹅、地里刚摘的青菜……

“那您自己的行李呢?”“这就是我所有的行李。”她咧嘴一笑,儿子儿媳张罗好了一切,等她团聚。

柯桂金的儿子大学毕业后在芜湖安家,柯大姐的人生也多了一站,K8525成了她的“探亲车”。她用的是老年手机,不会用购票软件。这趟车满员的时候不多,可以到站买票。

距离终点站不远,列车停下了。列车员吴国说,这是慢车常遇到的情况,“等一等,让急的、快的先过。”

春运终究不是一次竞速,而是一份情感的回归。不急,车上有吴国一群人守着。老吴负责供水,还兼着广播员。他提着水壶一路添茶倒水,像是一家之主招待客人。广播词是手写的,普通话不标准,但胜

在声情并茂,过年期间还会加些“祝福语”。

43岁的列车长赵李阳风趣文艺,微信名是“8525赵李阳”,他和不少常坐这趟车的乘客成了朋友。看见5岁的小朋友罗毓萌,赵李阳常和她逗乐。“毓萌两岁多就开始坐这趟车,她挺喜欢这个大个子叔叔。罗毓萌的妈妈说明,平时工作、带娃忙忙碌碌,坐这趟车回家,虽然慢一点,但感觉很踏实。

赵李阳把我们拉到车窗旁,介绍窗外每一个美景出现的时间和位置。他说,这一路虽慢,却能看见大别山的余脉、广袤的平原、壮美的长江。

停车15分钟,窗外3辆列车呼啸而过,我们的车厢轻微晃动,又重新启程。

据赵李阳介绍,今年春运,车上新增了可以免费借用的充电宝,厕所里的卫生纸不断供,还配备了爱心小板凳,出行高峰时供乘客使用。让很多“熟客”开心的消息还有,新的空调车底即将入列,冬冷夏热的体验将成为历史。

“它不是速度慢,而是愿意等。”从北京专程来合肥跟车的火车迷张子雨说。这个一出生就赶上铁路大提速的“00后”,能一口报出这个早他一个时代的老火车的车头型号、车底尺寸。在他看来,在这路遥马急的人间,“慢慢来”是一种诚意。

晚上8时多,我们抵达终点站。“相逢是问候,分手是祝愿。”伴随着老吴的播报,我们与K8525挥手作别。春运路上,还有不少“K8525”满载着人们的生计和希望,穿梭在春运路上,犹如一缕“文火”,让时代的味道愈加浓郁。

无问西东,因为都是家的方向。无论快慢,都离家更近了一步。因为有愿意等的它和他们,我们这些过客,终究会是归人。

本报记者卧底医美乱象——

“美人制造”中,他们扮演了什么角色

(上接1版)

造梦还是圈钱

大部分医美咨询师的收入主要来自两方面,一是在美容医院当销售顾问获取固定工资,一是在企业官网、小程序、群聊等私域空间自行开拓客户,与不同机构合作收取提成。

“小振”几乎每晚泡在酒吧,“里面很多客人都都是我的潜在客户。”

更多医美咨询师则“驻扎”在社交平台上,通过分享医美知识,吸引潜在客户。渠道不一样,话术却大同小异。“我们制造需求,挖掘女性脸上的问题进行推销,再制定医美手术建议方案,最后到合作的医院开单缴费,安排手术。”“小振”说,他们的工资体系都是统一的:按顾客消费金额分提成。“玲姐”之类的销售总监拿40%,美容医院拿40%,下游店家美容院、美甲店等拿10%,医美咨询师拿10%以及固定工资。

为赚更多钱,医美咨询师费尽心思和美容医院谈判,以客源为筹码获取更高返点,而客户的健康却极少在他们的考虑范围内。“像玻尿酸打进人体是不能被百分百吸收的,时间一长皮肤就垮了。”医美咨询师“年年”告诉记者,即便如此,她仍会推荐客户打玻尿酸,因为成交率高。

鼓动顾客就像“造梦”。“年年”他们倾听客户的故事,同情她们的遭遇并将原因归结为“不够美”。如果客户因金额过高犹豫不决,他们便苦口婆心地劝:“先刷信用卡,美丽不能等。”为了让顾客更快付钱,一些美容医院还与金融机构合作,设立专门

办公室供金融机构处理贷款事宜,提高完单率。杭州市富阳区一家足浴店的一名工作人员告诉记者,她身边就有人因贷款整形而背上债务。

“透支钱财做医美,说明她们有需求,不在我这里做也会去别的地方做,我为什么不赚这个钱?”“年年”淡然地说。

网中鱼变织网人

“玲姐团队财富交流群”定期开课,在其教学课件里,记者知道了“拼房杀猪盘”的真相——美容院与医疗美容机构合谋,以安排“托”与顾客拼一间房间的形式,设计剧本诱骗顾客到医疗美容机构消费。

“客户在一个房间做护肤项目时,美容院的工作人员会询问是否接受拼房。一旦客户同意,美容院提前安排的‘托’——一名漂亮女人就登场了,一场‘围猎’也开始了。”课件里说,其间漂亮女人会出门,工作人员假装窃窃私语,以“她怎么变漂亮了”“她做了什么项目”等话语吸引客户。等漂亮女人进来,工作人员再假装询问,漂亮女人则介绍医美项目情况,工作人员会“恰到好处”地表达需求,并游说客户一起做。如果客户有意向,工作人员就催促客户一起转钱并约好做医美的时间。

“玲姐”承诺,“托”转过去的钱事后都会返还,客户成单还能收到返利,每次有客户交钱,群里就有人发“喜讯”。记者待在群里的一个多月里,就看到群里共成交了3单,每单10万元。

“拼房杀猪盘”手段并不高级,可为何还有人深陷其中?跟着医美咨询师频繁进出医

疗美容机构期间,记者试图找寻答案。

每天,部分机构的手术一台接一台。躺在冰冷手术台上的女生,都在医美咨询师的口中,得到过属于自己的“美梦”,或许是合照中不再黯淡的存在,或许是情感中的优势地位。然而,手术结束后,她们更多面临的是无止境的修复。

今年35岁的“玉清”刚做完第8次修复手术。她给记者看了原先的照片,眼睛很大,鼻梁高挺。“还不够漂亮吗?”记者很疑惑。

“不够。”她直视记者说,“经历了一段失败的感情后,我陷入了自我怀疑,一定是我还不够漂亮。”在医美咨询师介绍下,她选择整形,却因为手术不成功开始修复鼻子,前后花费数十万元,鼻子却越来越假,皮肤组织还受到了伤害。

可“玉清”仍深陷修复之路,甚至为了有更多钱进行修复,成为医美咨询师的新下线,“介绍别人做3万元的鼻子,我能拿回扣三四千元。”

“美梦”背后,伤害不容小觑。在浙江省人民医院整形外科副主任孙燚看来,一些医美机构缺乏相关技术,为了完成经济指标加大药物剂量,导致不当后果,“我们接诊的患者中,有一半是来做修复手术的。”而消费者不顾一切投身医美,与营销手段不无关系。

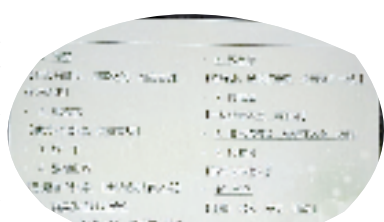
这两天,“小振”又发出招聘启事,还劝说记者要把握机会。可记者的脑海里,却只有“玉清”坐在对面,坚定地说:“不够。”



医美机构现场



年会现场



“拼房杀猪盘”剧本