



天气也是一种资源,冷有冷的新奇,冰有冰的动感,只需要创新式的优化组合展现大自然的巧夺天工,引起消费者的心动,供给就必然创造了自己的需求。“冷经济”的实质是把天气这种资源盘活了、变现了,盘活的过程就是释放“热动能”的过程。这对我们最大的启示是,存量资源,无论是老天爷赏饭吃(自然资源),还是老祖宗赏饭吃(名胜古迹),都是可以盘活的。只要有创新,能够触发消费者的心灵体验,就会有市场,就会有爆发式的而非传统慢慢培育的市场。得创新者,得天下。创新一直都是经济发展的“热动能”。

——广州日报:《看“冷经济”如何释放“热动能”》

商家投放广告是为了广而告之,进而将潜在的用户转化为实际的消费者,因此更要从用户的呼声中深刻认识到:“摇一摇”广告不能摇出界,广告投放技术的进步应当为自身良性发展赋能,而不能用其肆意侵害用户权益,否则不仅不会招来生意,还会引发用户反感厌恶,甚至为此付出法律代价。

——法治日报:《“摇一摇”广告不能摇出界》



## 【本期话题】

### “创业培训”陷阱多

不收学费,实则收取高价物料费;承诺开店零收入即退学费,实则不予退还……记者调查发现,一些“创业培训”套路多。它们利用劳动者急于掌握一技之长的迫切心理,以“免学费”“高收益”“培训周期短”为诱饵,诱导他们参加培训、骗取费用。你怎么看?

### 【议论纷纷】

① 黄岩人家 以培训之名行诈骗之实,目前,网络培训已成为维权“重灾区”。

② 台州美 针对创业培训出现的乱象,必须压实平台责任,畅通投诉举报渠道,加大惩治力度,提高违法成本。

③ 王红峰 创业者要注意收集保留维权证据,如网络教育培训广告宣传页面截图、聊天记录、支付记录、合同等,均可作为消费维权证据。

本期话题下期继续



# 年货市场热起来 孕育消费新动能

□徐剑锋

首届南通新春优品购物节近日在南通国际会展中心拉开帷幕,展会现场洋溢着浓浓年味。不少市民推着购物车、提着购物袋开启“买买买”模式。

(1月22日本报3版)

春节前后本来就是消费旺季,年货经济更有一定的风向标作用。与首届南通新春优品购物节热闹非凡相媲美的是,今年无论是超市里、菜场内,还是商场中、小摊旁,置办年货的人越来越多,往昔“热闹的模样”又渐渐回来了。

年货市场热起来,消费信心强起来!众所周知,消费是经济增长的第一动力,

于南通而言,应对前所未有的经济下行压力也好,保持“稳增长、稳就业”的良好态势也罢,很重要的一条是要把恢复和扩大消费摆在优先位置,进一步释放消费活力、挖掘消费潜力。当前正是最佳的消费节点,要抢抓消费热点,搭好消费平台,进一步扩大消费半径、延长消费链条,从购物扩展到旅游、休闲娱乐等多个消费领域,把消费蛋糕做得更大,为经济复苏积聚强大能量。

品质消费时代已到,人们的消费需求愈加呈现多元化、个性化、高级化的趋势。透过今年的“年货清单”,早已不再局限于“瓜果糖茶”,品牌预制菜、高端礼

盒、新潮智能产品已占据消费者购物车的“C位”。这恰恰说明,持续创新消费场景、促进消费升级,我们还有很大的提升空间。由此而言,要紧跟时代潮流,紧抓消费偏好,围绕物质型消费与精神型消费同向发力,不断增加产品附加值,增强服务满意度,以满足人民对美好生活的需要。只有不断创新供给,消费才能更聚人气;有了人气,带动就业、生产、消费和流通,经济发展才更有底气和竞争力。



## 用墨香传递传统文化年味儿

□云祥

近日,南通科技职业学院工会开展“迎新春”送福送春联活动,市书法家协会的书法家与校内的书法爱好者共同挥毫泼墨,为中外师生书写对联和“福”字。

(1月22日本报4版)

每到新春佳节,家家户户都习惯于在大门两边张贴手书春联,千百年来沿袭成俗。

然而,在物质相对丰富的今天,人们也知道手写春联好,可是能写春联的人却越来越少。家里没人会写春联,市场上的印刷春联价

格很便宜,所以越来越多人选择了印刷的春联。现在的印刷体春联,内容不仅急功近利和浮躁,而且很多违背了春联、对联平仄和对仗的要求。现代人在对联方面出现了两个极端,一方面专家研究很细很深,另一方面不少群众连基本的平仄要求都不懂,经常出现不能叫对联的春联。不仅如此,张贴和悬挂春联的无序,也是常见的毛病。

春联是前人留给我们的好习俗,是弘扬传统优秀文化的好载体,是展现和传承书法艺术魅力最简单、最

直接的方式。我们有责任把这个好习俗保护好,绝不能让手写春联销声匿迹。倡导手写春联,营造传统年味儿,让寻常百姓买得起的手写春联走进千家万户,是一件值得点赞和提倡推广的事情。一方面,要鼓励有能力的市民拿起毛笔创作书写富有文化特色的春联;另一方面,有关部门要通过书法艺术进社区、进村镇等活动,组织书法家为基层群众义务写春联,让手写的春联在千家万户的门楣重新绽放,让广大群众在张贴手写春联的过程中找回过年的感觉。

## 社会需要更多这样的文化守护者

□孙维国

近日,本地资深摄影师曹力军圆了他40多年来的梦:将他自1980年至今拍摄的近两万张照片、录像的电子档,捐赠予南通市档案馆。

(1月21日本报3版)

曹力军捐赠的不仅是一份珍贵的历史档案,更是一份扎根于南通的深厚情感的表达。他的捐赠为南通市档案馆增添了丰富的历史文化资源,这份档案让人们深入了解南通市在改革开放以来的发展历程,为城市文化建设提供了珍贵的实物资料。

曹力军不仅是南通的

摄影师,也是见证者和记录者,将自己的镜头献给了城市的发展和历史。他通过捐赠展现了摄影师的社会责任感,这种社会责任感在他的职业生涯中体现得淋漓尽致,而这次捐赠更是他为城市、为社会贡献的一次生动“行动表达”。

令人感佩的是,曹力军花费心血将老照片进行数字化处理,使其更好地保存和传承。他在数字化老照片的过程中展现了一种独特的保鲜方式,即通过冰箱的冷藏功能保存底片。这种方式虽然略显古老,但却让照片保存得像新的一样。这或许给了我们一种

思考,即在数字化时代,我们也可以尝试一些传统而有效的保存方式,以确保文化遗产得以传承,不会因时间的推移而丧失。

曹力军的捐赠是一种可贵的文化贡献,为南通市档案馆提供了宝贵的历史文化资源。他的摄影作品既是个人才华的展现,也是对城市发展的独立见证。这次捐赠是一次回馈社会的行为,也是对摄影艺术及历史文化热爱的真情表达。在数字化时代,我们的社会需要更多这样的文化守护者,他们通过自己的努力,为城市留下了一份珍贵的历史遗产。

## “小村春晚”

20日下午,“暖皋2024小村春晚”首场示范演出在如皋市长江镇平南社区热闹上演,从而拉开了该市“百村春晚”的序幕。

(1月22日本报1版)

### 呈现出别样的味道

□宝哲

逢年过节,当然少不了观看文艺节目。之前,电视台和政府举办的各类春节晚会成为我们春节娱乐的主要形式。而如皋组织的“小村春晚”,却呈现出别样的味道,令人眼前一亮。

举办“村晚”,可以让居民、村民参与其中——歌曲是自己演唱的,节目是自己编排的,很多节目说的还是“村子里的事”,看到的是“邻居的张大哥”,是“隔壁的王大爷”,是“小时候的好朋友”,这就让“村晚”有了落地的美好。最为关键的是,组织“村晚”让大家都有了参与感,正是交流沟通的好机会。

而举办“村晚”则搭建了交流的平台,拉近了邻里之间的距离。不仅如此,还让春节多了美好的传统味道和亲情味道。从这个角度来看,“村晚”应该成为节日的标配,各地政府不妨拿出一定的资金,支持“村晚”的举办,拓展这种娱乐方式的范围,让“村晚”在幸福的春节里流淌和释放。

### 愿此类演出再多些

□廖卫芳

“村晚”,顾名思义就是村民们自创自演、自娱自乐的晚会。一台“村晚”就是一顿丰盛的文化大餐,不仅节目多,而且每一个节目都带有浓浓的乡音土气。加之,“村晚”的演员都是村民们身边“最熟悉的人”。因而,这样的“村晚”,可谓既接地气又有人气。

当然,办好一台“村晚”,也需当地文化部门的用心、用情、用功。一方面,文化部门应充当好“发动者”,不妨积极融入村民当中,广泛征求村民的意见和建议,包括节目的选定、创作、排练等,都应“本土化”。另一方面,文化部门应充当好“选拔者”,既要选拔好村民“演员”,又要指导好村民“演员”,让村民们实实在在地享受到属于自己的“村晚”。如此,“村晚”才能名副其实。

愿此类“村晚”多些、再多些,让更多的村民过上一个既丰富多彩又有意义的春节。