

声音

防止老人被“围猎”，需要监管部门加强对微短剧的行业监管，避免消费者被无底线“收割”，子女也可以通过“数字反哺”增强老人数字素养、助其跨过消费陷阱。而避免老人主动进行非理性消费，则需要从满足其情感需求入手，堵不住，唯有疏。

——南方日报：《分情况看待老人“氪金”微短剧》

眼下，搜集个人信息须遵循“最小必要”原则已成共识。然而从餐厅点餐、景区预约到App使用，过度采集个人信息俨然成为一种“标配”、一种惯性，这才是最值得担心的问题。“最小必要”亟须大力支持，我们希望更多商家成为一股“清流”，也相信消费者都会“用脚投票”。

——广州日报：《自动售货机可别耍“心机”》

需要指出的是，面对药食同源“养生热”，不应盲目追捧，而需“冷思考”。大家都知道，药食同源有讲究，食补不能乱补，否则可能会适得其反。诚如专家所言，药食同源虽好，但也要适合自己的身体，才能发挥它的作用。

——红网：《药食同源“养生热”亦需“冷思考”》

微话题

【本期话题】

网贷“困”住年轻人

随着互联网金融飞速发展，一批网贷平台应运而生。这些平台为超前消费提供了便利，但也因网贷套路多难清偿、隐私泄露及暴力催收等问题，让不少年轻人深陷其中无法自拔。对此，你怎么看？

【议论纷纷】

◎王锦南 年轻人要树立正确的消费观，消费要量力而行，不要太过超前消费。否则，就极有可能沦为网贷的“笼中鸟”。

◎余芳红 网贷“困”住年轻人，跟年轻人能轻松通过网贷有关。故而，有关部门加大对网贷审查的监管显得十分重要。

◎黄梅戏笑 面对网贷的各种乱象，监管必须出手。一是要阻止更多年轻人被网贷“困”住；二是要帮助被网贷“困”住的年轻人，通过司法救济等正规渠道脱“困”。

本期话题下期继续

# 莫让独居老人成为被遗忘的群体

□知新

连日高温，主城崇川的高龄独居老人们过得还好吗？记者在走访中了解到，为了让老年居民安度高温天，崇川区的街道社区及护理院开展各类针对特殊老年群体的关爱活动，包括为孤寡老人上门义诊、结对慰问等，用实实在在的举措帮助老人安然度夏。

(7月9日本报4版)

我市已经进入老龄化社会，“银发浪潮”扑面而来，独居老人已经成为全社会广泛关注的特殊群体之一。选择独居，或是身不由己，或是迫不得已。对这些老人来讲，在家没人唠嗑，生病无人照顾，空巢的寂寞和孤单可想而知，有的甚至

产生了心理问题，每时每刻都需要子女亲情的滋润、亲人孝顺的慰藉。

一个基本共识是，独居老人不能成为被遗忘的群体。崇川区通过完善探访关爱服务、开设长者饭堂、发放居家养老上门服务包，从居家安全、健康状况、生活质量等方面，为独居老人提供全周期、多层次的保障服务，许多好做法值得借鉴。为了让独居老人颐养天年、安享晚年、益寿延年，要形成制度性安排，并因人制宜、精准施策。譬如，通过高科技赋能智慧养老，提供全方位“智能守护”；深化实施适老化改造，为独居老人安装紧急呼叫器、安全扶手等设施设备等……养老服务更

有质量、更加贴心，才能让独居老人在现代化“享老”进程中“一个也不掉队”。

更为重要的是，对老来无子无女无伴在旁的孤苦心境，必须给予无微不至的心理关怀和抚慰。眼下来看，要不断创新社会治理模式，加强社区平台、志愿者、公益团队等资源整合，既要用丰富的文体生活去填补独居老人的精神空缺，也要用拳拳的爱心互助去弥补独居老人的精神需求，让他们真正得到一种晚年幸福的心灵慰藉，共享夕阳红的“好滋味”。

濠南夜话

## 以高质量供给拉动消暑消费新引擎

□涂实磊

暑期来临，加之持续高温，通城各大文化空间人气“不降反升”，迎来人潮高峰。连日来，博物馆、美术馆、图书馆、影院等地频频“出圈”，成为市民消暑纳凉的“新宠”、乐享文艺盛宴的园地。

(7月9日本报3版)

过去，人们习惯于在炎热的夏天选择游泳、吃瓜果等传统方式消暑。如今的市民更倾向于在舒适的环境中享受文化的熏陶，获得精神上的满足。正是这种需求的变化，推动了文化产业在夏季的火爆。

可以说，消暑新风尚体现了市民文化消费需求的

多样化，也为城市文化产业带来了新的发展契机。笔者以为，抓住暑期消费机遇，推动文化消费持续升温，高质量的供给是关键。

高质量供给不仅仅是数量的增加，更重要的是内容的创新和服务的提升。文化产品的内容必须具有深度和广度，能够满足不同层次消费者的需求。比如，影院可以通过会员制度、提前选座和观影后交流活动等方式提升观影体验；图书馆通过开展读书会、作家见面会和讲座等活动增强读者的参与感；博物馆和美术馆则可以通过策划互动性强的展览和研学活动，吸引更多观众的关注。

高质量供给的实现不仅需要文化产业自身的努力，还需要政府的政策支持和市场化运作的结合。一方面，政府应加大对文化产业的支持力度，通过财政补贴、税收优惠等方式，鼓励文化企业提升产品质量，创新服务模式；另一方面，文化企业也应积极适应市场需求，通过市场化运作提升竞争力。

消暑新风尚启示我们，在文化消费需求多样化的背景下，必须提供符合市民需求的高质量文化产品，不断改进和提升服务质量，才能推动文化消费的持续升温，推进文化产业的健康发展。

## 别把暑假变成孩子的“第三学期”

□廖卫芳

的“第三学期”。

笔者以为，暑期让孩子参加各种校外培训班，至少有三方面害处。首先，不利于孩子的健康发育。少年儿童正是身体发育的关键时期，让其沉溺于培训班，必然影响他们的身体发育。其次，增加了孩子的负担。现在的孩子假期作业本身就很多，再让他们上这班那班，人为加重孩子的身心负担，孩子将难以承受。第三，剥夺了孩子的童趣。童年是短暂的，它对每一个人只有一次，孩子的童年应是欢乐幸福的。

由此可见，家长切莫患上暑假培训班焦虑症。家长不妨根据孩子的年龄特点，调动孩子的主动性、积极性，尊重孩子的选择，变“要我学”为“我要学”。比如，多引导孩子读些儿童读物、报刊和革命故事之类的书籍，多写日记、心得体会，看一些有教育意义的电视片，做一些力所能及的家务劳动，或带孩子参加一些有意义的活动等。如此做法，没有了焦虑症，也减少了父母子女间的冲突，更利于孩子的成长，为人父母者不妨一试。

观点1+1

研学游

暑期开启，研学游迎来旺季，各线路、产品百花齐放。不少家长早早为孩子报好了研学班，准备“行万里路”；但也有家长反映，孩子参加的充其量是“到此一游”。

(7月9日本报5版)

贵在真“研”真“学”

□张忠德

研学游作为一种集知识、体验、互动于一体的新型旅游形式，其核心价值在于通过实践体验，让孩子在游中学、在学中研。但现实中，部分研学游产品却只是打着研学的幌子，行旅游之实，却忽视了对“研”和“学”的投入。这种伪研学游不仅让家长和孩子花了冤枉钱，更让研学游市场的声誉受损。

针对研学游乱象，亟须补齐短板。一方面，规范市场，保障“真研学”发展。相关部门应加大监管力度，制定更加严格的行业标准和服务规范，确保研学游产品的质量和安全。与此同时，应加大对伪研学游的打击力度；另一方面，创新发展，提升“真研学”品质。企业可运用新的技术手段，如大数据、人工智能等，加强研学产品的开发设计，满足多元化、个性化、体验化、品质化的消费需求。当然，家长也应树立正确的教育理念，不盲目追求热门景点和名校打卡，而是注重孩子的实际体验和收获。

应是“行走的课堂”

□宝哲

研学游的市场正在蓬勃发展，各种研学线路和研学产品如繁花般竞相绽放。可现实的问题是，一些研学游产品，重游轻学，甚至只游不学，使得孩子们虽然“行了万里路”，但收获却远远未达到预期。

专家将这种“只游不学”的研学游，称之为“商业的坑”，提醒家长要注意防范。而问题是，当家长发现“是个坑”的时候，所谓的研学已经结束了，钱已经打了水漂了。对于“研学的坑”，需要监管部门提前介入，对于研学机构、研学项目、研学路线、研学费用等进行监管和审批，而不是任由打着市场的名义野蛮生长。

研学游不应成为简单的旅游消费，而应是一场知识的探索和个性的成长之旅。不应只是“到此一游”，更不应沦为“只游不学”的形式主义。希望在规范约束之下，让更多研学游成为真正的“行走的课堂”！