



莫让独居老人成为被遗忘的群体

□知新

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:《自动售货机可别要“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”》



【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】

①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”。

②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。

③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



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”！



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；图书馆可以通过开展读书会、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

全国中小学生陆续迎来暑期时光。悠长暑假，也是各培训机构纷纷“出击”的黄金时段。一些营销套路，不断搅动着家长的情绪。

(7月8日本报7版)

一年一度的暑假是孩子们最盼望、最向往的假期。但据了解，每到暑假来临之际，一些校外培训机构便开始“盯”上了孩子和家长，用各种“营销套路”制造教育焦虑，吸引家长为孩子报名参加各种培训班。于是乎，暑假俨然成了不少孩子

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。