

声音

特别强调的是,“情绪价值”事实上和理性消费并不相悖。无论是社会经验还是相关调研结果,都表明消费者理性消费意识的不断增强,例如,“不是×××买不起,而是×××更有性价比”“可以买贵的,但不能买贵了”等热梗在社交平台受追捧就是佐证。这就提醒商家,在看好“情绪价值”合理性、成长性的同时,也要避免打着“情绪价值”旗号过度营销,一味造势、收割流量可能会适得其反。

——南方日报:《看见情绪价值背后的商业价值》

治理“网络黄牛”,在用好法律手段严惩非法倒票行为的同时,还要综合运用技术等多种手段持续优化预约购票系统,进一步升级防护系统,以技防技,及时补上技术漏洞;严格落实实名制购票政策,完善票务市场的规则与机制,创新购票模式,提升网络购票的透明度,最大限度挤压“黄牛”的生存空间,彻底铲除其滋生土壤。

——法治日报:《不给“网络黄牛”生存空间》

微话题

【本期话题】

过度投喂引发争议

“别喂了!大鲤鱼撑死了!”日前,山东济南趵突泉景区保安拎“罪证”喊话游客的视频引起广泛关注。10月5日,“趵突泉保安拎罪证劝游客不要喂鱼”等相关话题也冲上热搜。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎明天的我 投喂动物乍看是善心、爱心之举,实则有损景区动物的健康,甚至危及生命。人的认知能力远远高于动物,不随意投喂应是所有游客的基本素养和个人自觉。

◎沉默之中 除了进行广播和保安提醒外,景区还可以设置醒目的“禁止投喂”标识,以起到更好的提醒作用。

◎余清明 笔者曾亲眼见到,有游客在公园“严禁投喂”的警示牌旁照投不误。所以,对有投喂“习惯”和“爱好”的游客,仅有提醒和劝阻远远不够,还应该给予警告、罚款以及禁止再次入园等处罚。

本期话题下期继续

# 打造“熟人社区”告别“熟悉的陌生人”

□郭元鹏

近日,在如皋市如城街道仙鹤社区东郡丽水小区,居民与物业、社区党员代表等欢聚一堂,举行“与国旗同框、与祖国同乐”活动。近年来,如皋聚焦社区居民“对宜居环境有共同需求、对美好生活有共同期待”的特点,打造了“熟人社区”体系。

(10月9日《南通日报》5版)

“熟人社区”,是增进感情的纽带。“熟人社区”不仅仅是物理空间上的聚集,更是一种情感和文化的交流。在这样的社区中,居民们不仅是简单的邻居关系,更是彼此生活中不可或缺的小伙伴。每当遇到困难或

需要帮助时,都能在“熟人社区”中找到可以信赖的邻居,这无疑为居民们带来了巨大的心灵慰藉。

“熟人社区”,有浓烈的互助氛围。在“熟人社区”中,浓烈的互助氛围是其显著特点之一。居民们乐于助人,互帮互助,形成了良好的社区风尚。无论是谁家喜事需要帮忙,还是遇到困难需要支持,大家都会毫不犹豫地伸出援手。这种互帮互助的精神不仅让社区变得更加温暖,也使得居民们更加团结和睦。

“熟人社区”,是团结友爱的社会。“熟人社区”的打造,不仅仅是为了增强邻里之间的感情和互助精神,更

是为了构建一个团结友爱的社会。在这样的社会中,人们互相关心、互相尊重、互相理解,形成了良好的社会风尚。通过打造“熟人社区”,不仅提高了居民的生活质量,也促进了社会的和谐稳定。这种模式在各地得到了广泛推广和应用,成为构建和谐社会的重要举措。

我们需要让更多的社区成为“熟人社区”,让更多的人在一个温暖和谐的大家庭中幸福生活。

濠南夜话

## “上新”策略解锁景区流量密码

□张忠德

今年以来,为激发景区消费潜力,提升景区人气,崇川通过创造景区新玩法、新业态、新场景,把婚礼办到景区内,把民宿开到景区边,把研学融入景区,给市民和游客不一样的丰富体验。

(10月9日本报4版)

国庆假期,崇川旅游市场持续向好,这得益于其“上新”的策略。通过创造新玩法、新业态、新场景,崇川的景区成功解锁了流量密码。

创造新玩法,让景区焕发新活力。濠河景区办起

水上婚礼、生日派对,将传统的中式婚礼与美丽的濠河风光相结合,为新人打造独特的回忆,也为景区增添了浪漫的氛围。利用节假日开展公益文化活动,提升了景区魅力值,也吸引了市民和游客的关注。

开发新业态,丰富旅游体验。都市农业公园的田家研学馆将生态农业与休闲体验相结合,为青少年儿童及广大市民提供丰富多彩的活动内容,吸引了众多游客参与,为景区带来人气。

打造新场景,提升旅游品质。崇川区大力发展民

宿经济,培育精品民宿,南通印象公馆等一批独具匠心的民宿为游客提供了舒适的住宿环境。民宿与景区非遗活动联动,古老非遗穿越千年走近游客,让文化体验感“拉满”。

崇川景区的“上新”策略是对旅游市场发展新趋势的积极把握,以市民和游客需求为导向,不断创新和丰富旅游产品及服务。这种创新精神和服务意识,值得其他地区借鉴和学习。让我们期待更多景区解锁流量密码,为游客带来更多精彩的旅游体验。

## “消费爱心”行为不仅仅是道德问题

□孙维国

“跨省骑行水尽粮绝,请好心人帮忙资助几十元钱……”国庆期间,在启东城区闹市区,有两名外地骑手不断向启东市民求助,不少爱心市民也纷纷伸出援手。对此,启东市自行车协会会长季长春呼吁市民擦亮眼睛,小心上当受骗。

(10月9日本报7版)

“骑行求助”是典型的“消费爱心”行为。善意不应被消费,爱心更不能滥用。爱心、善意如果遭到滥用,将导致社会整体信任感的下降。诚信是维系社会正常运行的基石,骗子的行为本质上是对社会信用的破坏。当越来越多的人怀疑帮助他人的动机、质疑求助的真实性

时,真正需要帮助的人便会陷入孤立无援的境地。

对“消费爱心”的骗子既要大声说不,也应进行相应的惩戒。从法律角度来看,这种“消费爱心”的行为虽不至于构成重大犯罪,但同样应被纳入法律监管范畴。目前,对这一类事件的法律定义和处理相对模糊,不少人认为这只是一种道德问题。然而,它本质上属于一种通过欺骗手段获得利益的行为,可以归类为轻度诈骗。因此,有必要通过细化法律条文,将“消费爱心”的行为纳入惩戒范围,明确责任归属和惩罚标准,做到有法可依、有法必依。

在对骗子进行惩戒的同时,社会也应反思如何引

导公众理性行善,避免“爱心泛滥”的现象。许多人在面对陌生人的求助时,往往出于一时的善意,缺乏理性的判断。正是这种无条件的善心给了骗子可乘之机。因此,教育公众在施以援手时,保持一定的理性思考和审慎态度尤为重要。

总之,“消费爱心”的行为不仅仅是道德问题,对社会信任体系的破坏也极为严重。对此,我们不仅要在法律层面上予以惩戒,还要通过教育引导公众理性行善,重塑社会信任。这既是对社会公平正义的维护,也是对善行文化的呵护。唯有如此,才能确保当真正需要帮助的人发出求助时,社会仍然能够回应以温暖与支持。

观点1+1

## “冷门”技艺出圈

早在2006年,唢呐艺术经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。在通城,90后小伙潘彪正通过传承创新的方式,尝试将唢呐这一“冷门”乐器的形象反转。

(10月9日本报6版)

吐故纳新焕发活力

□政青

不止是唢呐。近年来,各类看似冷门的传统文化频频出圈。博物馆推出的考古盲盒分钟售罄,甲骨文研究工作以“表情包”、3D打印等形式引发关注热潮……这些都体现了中华优秀传统文化与时代精神的共振。传统文化占据C位,离不开背后潜心深耕研究的人。这同时也给我们提供了一个思路:那些看似“冷门”“晦涩”的学问、艺术,通过更加接地气的方式来阐释与展现,也可以富有亲和力 and 生命力。

一方面,要对“冷门”技艺的传承研究者提供切实的生活保障、研发保障和相关奖励,让他们在良好的环境下充分发掘冷门技艺的文化价值;另一方面,要建立协同推进的扶持体系,推动政府、学校以及社会广泛参与,促进“冷门”技艺实现跨越式发展。与此同时,互联网时代下,“冷门”技艺的发展也要学会与时俱进,发挥大数据、云计算等新媒体技术的赋能作用,助力“冷门”技艺寻找新的增长点。

给“冷门”更多支持

□涂实磊

在现代社会快速发展的浪潮中,“冷门”技艺之所以“冷门”,并不是因为它们没有价值,而是由于现代生活方式的变化,导致其使用频率大幅下降。

因此,“冷门”技艺并非过时的产物,它们在现代社会依然具有强大的文化和情感价值,值得给予更多关注与尊重。技艺的传承从来不应只是某一群体或个体的责任,还需要社会各界的共同努力。学校、社区、文化机构都应参与其中,为“冷门”技艺的传承提供更多的土壤和平台,让它们在新的时代环境中找到立足之地。

潘彪通过自己的努力,让唢呐这门“冷门”技艺焕发了新的生机。我们也应当通过更多的支持与鼓励,让这些传统技艺能够在现代社会中找到属于自己的舞台。只有这样,“冷门”技艺才能真正成为文化传承的一部分,融入现代生活,焕发时代新光彩。