

热点
关注

成长不妨多些“举重若轻”

前不久,天津大学图书馆“人生困惑,快问快答”活动出了圈。大学生问:“怎么能快点成长?”小学生答:“享受当下。”大学生问:“找不到快乐了怎么办?”小学生说:“你看看《小猪佩奇》。”大学生写困惑,小学生用童真作答。这种跨年对话带来的“反差萌”与“治愈感”,让很多人笑着笑着,就红了眼眶。

留言板的两头,各站着一个世界。一边是大学生攥下的“重”;另一边是小学生带来的“轻”。他们在留言板上相遇,碰撞出了奇异的火花。

大学生追问“幸福是什么”,小学生的回答直截了当:“拥有苹果的时候只想吃苹果。”关于幸福的方法,许多书里都讲过,但小学生一句话就讲出了味道。老子有言:“为学日益,为道日损。”幸福不一定非得做加法,做减法也同样可以实现。但现实中,太多人只把当下作为通向未来的跳板。手里握着苹果,眼睛盯着别人的梨,脑子里还在盘算明天会不会失去苹果。在奔跑中弄丢的,恰是那些不需要任何理由就能感到快乐的瞬间。很多时候,当我们苦恼于自己的困境时,也许换个角度、跳脱一些,就能有不一样的感受。

小学生教大学生“放下”,大学生教小学生“向上”。“你是如何考上天大的”“苦心人,天不负”;“这所

学校好玩有趣吗”“有趣!不过首先你要是个有趣的小孩”……面对小学生的提问,大学生的回答同样真诚又富有感染力。孩子们在这些字句里,近距离触摸了“大人的世界”;大学生在回答小学生的提问时,也获得了治愈和能量。

怎么让知识变成学问,让知道变成理解?这场活动给出了一种可能。“大学生的小问题”“中学生的中问题”“小学生的大问题”,在这块留言板上,不同年龄段的人互相看见、彼此参照,在“教”与“学”的角色互换中,悄然实现着自我成长。教会别人,往往也是快速成长的方法。

没有讲台,没有课本,没有标准答案,只有平等的你问我答。孩子不会因为看到大学生的难处而让天真消失,反而多了一份心理准备;大学生未必因一句“看看《小猪佩奇》”而根治焦虑,却多了一份释然的勇气。相互启发、共同进步,正是我们追求的教育生态。

人生各有其重。小学生困扰“如何让同学跟我关系更好”,中学生渴望“数学对我好一点”,大学生思考“怎样获得内心的宁静与幸福”……没有哪一种“重”更深刻,也没有哪一种“轻”是真的轻如鸿毛,只是站在不同的人生台阶上,会怀揣不同的期许。

四季各有其节奏。春有春的事,冬有冬的事,春天非要行冬天的令,庄稼便坏了;冬天硬要赶春天的进度,也不过是徒劳消耗。孩子的天真童年该有的色彩,中学生、大学生的困惑也是青春必经的阶段,都值得被认真对待。

有一种焦虑,叫害怕落后。催孩子快快长大,催大学生快快成熟,好像每一个阶段都只是下一个阶段的预备。可真正的成长,不是跑赢时间,而是在每个时刻里,把那个阶段该做的事,做得足够充分。

“举重若轻”,不是假装不存在重量,而是找到一种状态,让重量不至于成为重担。孩子以天真纯粹守住当下的简单,大学生以通透清醒安放人生的纷扰。两者加在一起,才是完整的成长。

孩子向往大人去过的远方,大人怀念孩子还拥有的当下。两种渴望,在小小的留言板上同时被珍视。我们需要更多这样的“留言板”。可以是一个开放的空间,一次没有标准答案的对谈,一个让不同年龄的人表达自我的机会。让成人借着孩子的眼睛,发现意想不到的快乐;也让孩子知道,长大不是终点,成长也没那么复杂。成长路上的许多重,其实都可以举得轻一些。

程诚

做优“在场感” 做强新经济

西子湖畔,人们观演时戴上数字气播播放器,茶香、桂花香从中漫出;太湖之滨,游客循“无锡音乐之旅手绘地图”前行,音乐地标在街巷间将消费场景串珠成链。如今,从“拍照打卡”到“全感官沉浸”,文旅消费的内涵不断丰富。为体验买单、为“在场感”奔赴,映射着人们对高品质生活的追求。

也要看到,一些景区、商家把“体验”当成营销标签,换块招牌便自称“沉浸式”,形式化、同质化竞争很难形成长尾效应。把“在场感”真正做实,需要从流量思维转向品质思维,在供给侧下足真功夫。

做精品,以精准供给匹配分层需求。中国信息通信研究院发布的报告显示,截至2025年11月,我国体验经济市场规模已达18.4万亿元。Z世代为一场剧本杀跨城奔赴,银发族在旅游专列体验不一样的“慢生活”,文博爱好者为一场博物馆夜游甘愿排队3个小时……不同人群、不同偏好,共同指向消费期待从“有没有”向“好不好”“合不合心意”转变。

从购买到创作,从看景到入戏,从买产品到买生活,体验的价值分量越来越重。相较于传统产品与服务标准化,消费者在体验消费中更在乎精神层面获得的深度回馈。把“绣花功夫”下在分众化、个性化的真实需求上,以高品质供给适配多层次消费期待,才能激发消费市场更大活力。

做强业态,以跨界释放融合效应。“苏超”火爆出圈,一张球票串联赛事、景区、餐饮、住宿,“1元门票带动7.3元周边消费”,靠的正是体育、文化、旅游的相互赋能。赛事+文旅、演艺+科技、非遗+夜游……体验链条越延越长、消费场景越织越密,每一个“+”便不只是业态的嫁接点,更是“在场感”的延伸点、价值的增长点。

体验经济具有跨界融合属性。以旅游业为例,与农业结合,催生休闲农业、农事体验;与工业结合,催生工业旅游、定制化生产;与文化结合,形成沉浸式演艺、数字博物馆等业态……这样的融合不仅丰富了体验内容,更让产业从单一盈利模式转向多元收入结构,提升了抗风险能力与长期竞争力。可见,跨界融合越深入,人们“在场”消费潜力就越大,体验经济发展的新空间就越广阔。

做厚底蕴,以特色文化涵养长红价值。习近平总书记指出:“文化很发达的地方,经济照样走在前面。”传统与现代、文化与经济,都是发展不可或缺的要素。对体验经济而言,一个地方的文化底蕴提供了不可替代的“在场感”。

江苏苏州平江路,昆曲、宋锦活态传承,千年巷陌中可感受“何以江南”的文脉绵延;江西景德镇陶溪川,千年瓷文化遇上现代文创,一件器物承载跨越古今的对话;福建武夷山,茶文化与生态旅游深度融合,一片叶子长成体验经济的金名片……植入文化基因,体验经济才能跳出“网红”周期,沉淀出“长红”价值。

体验经济的关键在于“在场”,在于把消费者从屏幕前的旁观者变为生活现场的参与者。做精品、做强业态、做厚底蕴,把流量做成留量,体验经济必将为扩大内需、推动高质量发展注入更持久的动力。

刘传熠

“开盒”网暴 必遭严惩



最高人民法院近期发布5起依法惩治侵犯公民个人信息犯罪及关联犯罪典型案例,依法严惩“开盒”网暴、窃取患者隐私等犯罪行为,筑牢清朗网络空间法治防线。近年来,不法分子通过非法手段批量获取公民身份信息、家庭住址、社交媒体账号、交通住宿信息等个人信息,在网络上公开发布煽动网民针对特定人员攻击谩骂,或者提供有偿查询、定向“开盒”,给被害人及其家人的身心健康和人身安全造成极大伤害,严重侵害公民合法权益、扰乱网络空间秩序、助长社会戾气。必须严厉打击此类犯罪行为,强化打击利用个人信息实施的下游关联犯罪,让窃取、交易个人信息的上游犯罪无利可图。

时锋

禁带“越王勾践剑”登机

据报道,近日,有网友称,武汉天河机场立起了一块硬核幽默的安检提示牌,明确“越王勾践剑”不能随身带上飞机。5月5日,武汉天河机场回应称:近期是出行旺季,携带“越王勾践剑”(湖北省博物馆藏品)文创纪念品的旅客增多,设立趣味提示牌旨在精准科普安检规定。

根据机场的说法,刀刃超过6厘米的刀具禁止随身携带,这是民航局早已出台的规定,文创版“越王勾践剑”亦在管制范围之内。“为了提高过检效率,才有此提示牌进行重点提醒”,可见这个提示的本质还是出于安全考量。

不过,也正因把“越王勾践剑”写进本该严肃的安检提示,反而形成了一种反差感十足的幽默效果。相比冷冰冰地罗列“禁止携带管制刀具”,这种“点名式提醒”既让人会心一笑,也迅速拉近了公共服务与游客之间的距离。

更重要的是,这种幽默并非无厘头玩梗,而是建立在地方文化基础上的精准传播。作为文物的“越王

幽默一把为文旅加分

“越王勾践剑”早已盛名在外,被誉为湖北省博物馆“镇馆之宝”之一。很多游客专程打卡博物馆之后,都会购买相关文创产品。

一块提示牌或许不起眼,却让人记住了当地的流量IP与幽默感。对城市文旅来说,这样不刻意、不悬浮的小创意,本身也是一种加分项。

从一般的认知来说,一个文创产品会因为“管制刀具”而受阻,确实是一个“冷知识”。这个提示虽然巧妙,但如果有旅客在机场翻箱倒柜地调整,甚至不得不和文创“割爱”,这多少是一种不便和损失。因此,这也提醒:相关工作能不能提前,不至于到机场再应急处理?

比如,文创设计和制作方应提前了解相关运输法规,按照相关安检标准,对产品尺寸、质地硬度等做出调整,确保符合安检条件;或是在售卖时即明确提示“不可携带登机”,避免旅客事后后悔。

所以,如何完善服务的颗粒度,相信依然值得持续探索。

何韵

不吐不快 地下作坊“手搓汽车” 公共安全绝无侥幸可言

“无需上牌、不用驾照、买来就能直接上路,并且价格非常便宜……”

近日,央视曝光了这条“三无手搓汽车”黑产业链。在社交平台上,一些卖家打着源头工厂的旗号,声称仅需万元左右就能买到各种外形酷似豪车的电动四轮代步车,并承诺这些车辆无需驾照、不用上牌,即可上路行驶。

这些小作坊非法组装的“三无”电动四轮车,被网友戏称“手搓汽车”。从车壳厂采购车壳,从电池厂家购进电池,从电机厂买来电机,再自行组装而成。小作坊厂家没有机动车生产资质,安全检测、质量把控更是无从谈起。从报道来看,电池是“手搓汽

车”的核心部件,普遍使用废旧的拆机电池。不法厂家为了逃避监管,往往不在核心厂房而在附近场地安装电池。

但是这些伎俩并不高明,技术含量也不高。而从生产组装到物流配送给客户,全程大约10天,有多个环节均可予以拦截查处。

“手搓汽车”横行背后,不只是一两家地下作坊的“神通”,其能形成完整黑产业链,暴露出多重治理漏洞。一是,生产环节监管缺位,零散小作坊隐蔽性强,源头管控存在盲区。二是,短视频平台成为违规销售新渠道,商家借助线上交易规避监管。另外,部分消费者法律观念不强,安全意识淡薄,贪图低价便

利,也为这种违规产品提供了生存土壤。

治理违规“手搓汽车”,既要重拳整治,也可借鉴经验长效管控。此前落地的电动自行车新国标,通过“一车一池一充一码”溯源管理,也为整治“三无”电动四轮车带来有益启示。

整治“手搓汽车”黑产业链,不妨抓住拆机电池这个“七寸”,发力查处。治理也不应止步于打掉一两家黑作坊,而要筑牢源头防线,严格机动车生产准入,同时压实平台责任,阻断线上销售渠道。

公共交通安全是社会运行底线,漠视规则、投机取巧会付出惨痛代价。监管和治理没有理由被并不高明的手搓汽车“难住”。

幸河

民生聚焦

以技能培训赋能就业增收

西安市临潼区在乡村街道一线开办健康照护技能培训班,让群众从“凭经验”转向“靠技能”照护,在家门口实现本领提升与就业增收。这是当地“群众点单、政府开班”模式的具体落地,彰显了立足民生需求、破解就业难题的务实导向。

技能是就业之基、增收之本。当前,家政服务、康养托育、新型农业、数字经济等领域加速升级,劳动者从体力型向技能型转型已成为必然趋势,而技能短缺仍是制约就业质量提升、阻碍劳动力供需匹配的突出问题。唯有精准对接需求、优化培训供给,才能让技能培训真正成为群众就业的“金钥匙”。

近年来,各地持续优化技能培训体系,加大紧缺工种培训补贴力度,推行订单式、定制化培训。特别是推动技能培训下沉乡村、社区,为农村富余劳动力、就业困难人员等群体打通就业增收通道,成为各地稳就业、惠民生的重要举措。

当前,技能培训助力高质量就业仍存在短板。破解这一难题,需健全培训后跟踪服务机制,联动各类用工主体精准对接岗位需求,走出“学用脱节”困境。还要紧跟产业升级步伐,动态优化培训内容,持续提升从业者专业素养,并推动新就业形态劳动者社保政策落地,让各地技能从业者都能安心从业、体面增收。

就业是最大的民生。以技能培训赋能就业增收,是推动高质量发展的重要支撑。推动技能培训提质增效,需补上服务短板、完善保障机制,让技能培训真正成为激活就业动能、拓宽增收渠道的重要抓手,助力更多劳动者凭借一技之长实现人生价值,为经济社会高质量发展注入持久动力。

雷婷

社会视角

让艺术融入城市生活

供有益探索。

在这里,观众不是被动地观看,而是主动地参与。展览现场,每件作品旁边都贴有二维码,观众扫码即可了解创作的背景及内涵,关注创作者的社交媒体账号,与创作者直接互动,这意味着观众不再是匆匆过客,而是与作品共情、与创作者对话的主体。观众在这里获得的不是千篇一律的观光产品,而是富有艺术气息的情感共鸣与审美参与;城市收获的也不是昙花一现的短期流量,而是青年文化对公共空间的持续赋能与长效滋养。

文艺市场的活力,映照着文艺生产与传播的活跃程度,是文艺事业发展态势的直观体现。优秀的文艺作品,既要在思想上、艺术上取得成功,也要在市场上受到欢迎。推进新时代文化建设,要坚持把社会效益放在首位,推动社会效益与经济效益相统一。学生市集上,青年艺术家的艺术作品、展览周边、现场画像备

受追捧。这正是艺术的价值体现——真正进入普通人的日常生活,让人在欣赏美中感到愉悦。有人担心市场会侵蚀艺术的纯粹性,但事实证明,只要创作真正扎根时代、回应人心,市场热度与文化深度便能同向而行,经济效益与社会效益亦能相得益彰。艺术拥抱市场,不是向流量妥协,而是为优质文化供给搭建通往大众的桥梁,在满足人民多样化的精神文化需求中实现艺术价值的倍增。

源于人民、为了人民、属于人民,是社会主义文艺的根本立场,也是社会主义文艺繁荣发展的动力所在。立足“十五五”,我们期待更多“焕彩共生”式文化实践,让艺术走进城市的街巷角落,对接人民的精神需求,融入日常生活,在文化的“焕彩”中绘就艺术与大众、高校与城市、技术与人文的共生图景,不断筑牢强国建设、民族复兴伟业的文化根基。

陈清

网购遭遇看『地』下菜碟 太荒诞了

同一链接、同一价格,一线城市收到的凤梨金黄多汁,农村家到的却青黑发苦;给老人买羽绒服,大城市和小县城收到的质量天差地别——这是段子,而是媒体曝光的网友真实遭遇。

有商家大言不惭:“不同地址发‘AB货’就是潜规则。”消费者想维权,往往被“批次不同”等理由搪塞,网购活生生变成“开盲盒”。有网友被迫想出应对办法:贵重商品先填大城市地址,发货后再改回真实地址。太荒诞了!

一些商家为何敢如此肆无忌惮?因为维权成本有差异。大城市退货方便,消费者维权意识更强,不敢糊弄;农村多个快递都要跑几公里,很多人嫌麻烦就凑合着用了。平台呢?B货走量能带来佣金和广告收入,于是睁一只眼闭一只眼,默许商家给用户“画像”,精准区别对待。

网店同价不同质,这种看“地”下菜碟的发货套路,不仅公然侵犯消费者权益,更肆意践踏商业最基本的诚信底线。

“下沉市场”不能成为“次品市场”,绝不能让收货地址成为商家任性“潜规则”的依据。

王志艳