

热点关注

这泼天的流量“葫芦娃爷爷”真的接不住

9月5日晚,浙江绍兴“书圣故里”景区,75岁的陈金教老人拿起长柄剪刀,将阳台上那7个挂在藤蔓上的葫芦一一剪下。

据媒体报道,此前“葫芦娃爷爷”说过要等30天再摘,但奶奶头晕病发,游客量陡增,他担心“要闯祸的”。摘下来的葫芦,“给多少钱都不会卖”。明年,大概率不会再种了。

动画片里七个葫芦娃拼死保护爷爷,现实中爷爷却要亲手剪掉葫芦来换取安宁。不禁要问,为什么从天津跳水大爷到砍断的网红树,再到今天的“葫芦娃爷爷”,剧本惊人地相似?

平台算法是那只看不见的推手

平台通过算法持续推送相关话题,配合情绪标签强化传播,将普通人的日常迅速推向全民围观,“长假前预热、假期中引爆”成了屡试不爽的套路。

陈金教老人今年春天花6块钱买了几棵葫芦秧苗,就想装点自家临河小院,但“葫芦娃”这个国民IP流量价值高,算法一推,热度一浪高过一浪,直到老人被淹没。

9月5日是老人走红后的首个周末,书圣故里人气爆棚,大批游客聚集在老人家对面的河岸打卡拍摄。现实是,平台只管推送,只管制造热点,至于热点的承受者是谁、后果如何,不在算法的考量范围之内。流量是平台的,生活是老人的,这种不对等从一

开始就注定了结局。

更值得警惕的是,算法不只是在推热度,它还在制造“打卡即正义”的集体无意识。当一条内容被反复推送、反复验证,人们会不假思索地认为“这个地方值得去”。

换言之,平台需要反思的不只是“推送了什么”,更是“推送的后果由谁承担”。在算法把普通人推上流量风口之前,有没有一道“安全闸门”?

这泼天的流量,“葫芦娃爷爷”真的接不住。

游客不是哄客,打卡不是打扰

“葫芦娃爷爷”走红后,社区制作了“请勿大声呼唤,爷爷在休息”的提示牌,但依然不断有人大声喊“爷爷”,甚至有人用激光笔、电筒照进阳台,有游客试图进入老宅拍照。这些行为,早已越过了“打卡”的边界。

不影响他人,不破坏秩序,这是起码的文明底线。可现实中,太多打卡者把“我喜欢”当成了“我可以”。我想要一个“完美”的打卡体验,所以老人的休息、安全、隐私统统要让位。

这呈现出的是一种异化了的消费场景。把普通人的家常烟火变成朋友圈里炫耀的资本,变成供人消遣的网红布景。许多人总说向往平凡、追逐朴素,可当他们遇见朴素与平凡时,有的人做的却是蜂拥围观、肆意闯入、过度窥探、疯狂收割。

那些被围观的人连说“不”的权利都不被尊重。

当地文旅不能只做“事后好人”

事发后,绍兴市文广旅局发布视频并表示“把安宁与清静还给两位老人”。这反应不可谓不迅速,但问题在于,为什么总是在事情无法挽回之后,才想起要保护?

书圣故里属于开放式历史街区,同时又是老龄化社区。这样的地理条件,在流量涌入之前就应该有预判。绍兴文旅也承认,此次出圈纯属机缘巧合,并非当地主动策划。

但当老人的葫芦开始走红,当游客开始聚集,当地文旅部门和社区有没有设置物理隔离?有没有安排人员疏导?一块“请勿大声呼唤”的提示牌,显然挡不住汹涌的人潮。

当地文旅说“绍兴不会刻意造网红”,这态度值得肯定。但“不刻意造”不等于“不主动管”。当流量不期而至,当地需要做的不是站在旁边看热闹,预警机制在哪,疏导方案在哪,应急预案在哪,回答这些问题更重要。

追求流量或许无罪,但失控的流量有责。愿这世上所有寻常人家的阳台,都能只挂葫芦、不挂喧嚣。也愿下一次流量来袭时,平台能多一分克制,游客能多一分尊重,地方能多一分作为。

别让下一个葫芦,也被迫提前剪下。 王小杨

近日,某上市公司“批量劝退”百余名应届毕业生一事持续发酵。目前,企业已公开致歉、推出补偿措施,并对相关人员给予停职处理,但依然难堵悠悠之口。

先谈法理。这家企业的粗暴操作已涉嫌违法。劳动合同法规定,“需要裁减人员二十人以上或者裁减不足二十人但占企业职工总数百分之十以上的,用人单位提前三十日向工会或者全体职工说明情况,听取工会或者职工的意见后,裁减人员方案经向劳动行政部门报告,可以裁减人员”。综合多方报道来看,该企业没有做到这些。

再讲情理。企业此番做法,“吃相”着实难看。不少应届毕业生高度依赖校招这一关键求职窗口期,如果在入职短时间内就遭遇劝退,职业规划会被直接打乱,后续求职也将受到拖累。一些岗位限定应届毕业生身份,短暂缴纳社保,还可能影响公务员报考资格。年轻人刚一出校门,就遭遇“社会毒打”,也难怪众多打工人产生共情、集体破防。

迫于舆论压力,企业试图挽回口碑,推出包括发放求职生活补贴、提供免费住宿、推荐适配岗位在内的补偿举措。细看字里行间,就跟阅读一些AI文章一样,全是技巧,毫无感情。不难预见,往后在人才市场上,这家企业对优质应届毕业生的吸引力将大打折扣,不知企业的决策者会作何感想。

进一步说,经济周期总会有起伏,企业追求降本增效无可厚非。但有长远眼光的企业,必然懂得善待员工。比如,很多人津津乐道的某超市,就通过涨工资、加福利等方法,让员工的归属感更强。现代企业管理早已形成共识:给予员工更好的工作环境、优厚的待遇、足够的尊重,才能最大限度地激发创新活力。评判一家企业优劣,除了营收与利润,更要看它能为员工创造什么价值,承担起怎样的社会责任。

当然,求职者也得心中有数。入职时喊你“家人”,走人时跟你算“成本”——这样的企业,没资格跟你谈感情。再奉劝企业一句:一个把应届毕业生当“廉价试用期耗材”的企业,省下的是眼前成本,输掉的不仅是未来校招的入场券,甚至还有更多。

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍

年巍



商业秘密保护为创新托底

商业秘密是企业一点点攒下来的“家底”,也是市场竞争中的“看家本领”。但这份“家底”并不好守,随着数据流动加快、人员往来频繁,侵权手段更加隐蔽、泄露渠道更加多元,稍有疏忽,企业多年积累的创新成果就可能付诸东流。近年来,我国持续加大侵犯商业秘密违法犯罪打击力度。2023年至2026年6月,全国检察机关共受理审查起诉侵犯商业秘密犯罪488件1242人。尽管保护力度不断加大,但“举证难、立案难、认定难”等问题依然存在,如何把商业秘密真正守住,仍是一道现实考题。

保护商业秘密的“防火墙”,不能等出了火情再砌,更不能等火烧眉毛才补救。既要扎紧制度篱笆,也要划清权利边界;既不能让创新成果“失守”,也不能让保护措施“越界”。只有形成权责清晰、运行有效的保护体系,才能让企业保持“真创新”,为高质量发展注入持久动力。

制度筑基,推动有章可循。没有规矩,不成方圆。今年2月份,国家市场监督管理总局出台《商业秘密保护规定》,对保护原则、范围、监管职责、执法程序等作出规范。新场景不断出现,新风险也随之而来,制度规则不能慢半拍,要把规则讲清楚,明确什么能做、什么不能做,把硬杠杠立起来。也要把行政、司法和企业内部管理衔接好,推动保护关口前移,实现由事后维权向事前防范转变。

试点探路,推动经验由点及面。商业秘密保护怎么做得更实、更有效,试点是重要抓手。上海围绕重点产业发展需求,探索维权保险、区块链固证、质押融资、行政执法联合调解等模式;浙江从制度供给与执法能力两端发力,着力破解商业秘密保护基层执法中的“三难”问题。把试点中的好做法总结好、推广开,才能以“点上突破”带动“面上提升”。

以案为鉴,充分发挥警示镜鉴作用。前车之覆,后车之鉴。一个案例,就是一堂生动的“法治课”,把侵权方式、证据认定、损失计算等关键环节掰开来看,既能看清侵权套路,也能找准风险点。通过案例发布、专题培训等方式,让企业从案例中知边界、长教训,筑牢防线在前面。

依法严惩,筑牢法治防线。严惩侵犯商业秘密的行为,既让侵权者付出真代价,也让创新者吃下“定心丸”。强化行政与刑事互动衔接,完善证据转化和案件办理机制,提高侵权行为认定效率。对恶意窃取、非法披露、违法使用他人商业秘密等行为,该出手时就出手,该严惩的绝不手软。持续提升商业秘密司法保护专业化水平,为创新主体撑起更牢靠的“防护伞”。

总之,商业秘密保护不能只在出了问题后忙着“灭火”,更要把防线筑在前面,多做护创新、利企业、管长远的事。 黄婷婷

娱闻热评

“八仙”的神通里燃着文化的薪火

近期,动画电影《八仙!》热映,成为暑期档一大黑马。社交媒体上,关于《八仙!》的讨论热度居高不下。导演郭帆观影后感慨:“中国的动画电影不输于国际上任何一个地方。”

一线电影创作者的这番点评,不仅是对一部作品的认可,更精确勾勒了中国动画电影的创作实力与市场前景。

这份“不输”的底气,从哪来?《八仙!》主创团队一语道破:“中华文化对我们这个故事‘有求必应’!”东方美学,让光影想象与呈现更有震撼力。蓬莱仙境长什么样,《太平广记》《玄中记》等古籍已有详尽描述,于是有了《八仙!》中巨鳌驮岛、仙府悬于云海的基础设定;神仙怎么出行,汉代壁画中“鱼拉辇车”和“上古云道”等意象直接入画;仙境奇观怎么呈现,青绿山水画、民俗年画等提供了丰富灵感……从玄妙奇境到烟火人间,从意境山水到市井人物,通过数字技术赋能,影片让观众享受一场极致的美学盛宴。

令人心动的,除了视觉,更有视角。

《八仙!》让观众看见的不是高高在上的“神”,而是在磨难中彼此扶持、同舟共济的普通人:有挣扎、有缺点,面对危难也有勇气、有韧性、有担当。“坚持做对的事”是贯穿电影的主线,这份向上向善的执着追求,击中了无数人的心弦。正如影片导演所说:“仙,从来不是一种身份,而是一种选择。”

从更广阔视野看,文化领域的“八仙”过海,既各显神通,又大道相通。纵观近年来出圈的动画电影爆款,都走通了相似的路:扎根中华优秀传统文化,通过技术赋能、创意重塑,把经典故事讲出新意,让精神力量深入人心。《西游记之大圣归来》从普通人的视角,重新发现和定义“超级英雄”;《哪吒之魔童降世》吼出“我命由我不由天”,是青年追梦的呐喊;《长安三万里》中李白高声吟出“轻舟已过万重山”,银幕前多少人心头一热……

守文化之“根”,创时代之“新”,传经典之“神”,这是传统与现代的双向奔赴,也是中国故事的精神打开方式。

“只要黄鹤楼的诗还在,黄鹤楼就在。”中华优秀传统文化,是一座取之不尽的文明宝库。神话寓言、诗词歌赋、建筑器物,处处藏着灵感,俯拾皆有灵感。所谓“有求必应”,不是单向给予,而是创作者与文化根脉相互激荡;不忘本来,立足时代,拥抱未来。

文化薪火,生生不息——这正是国产动画越来越火的硬核底气。 王志艳

别让“旅游搭子”变成诈骗幌子

找“搭子”是当年轻人出游的流行方式。社交平台上,“新疆拼车”“青甘环线捡人”“西藏结伴”的邀约帖随处可见。本是基于兴趣结伴、分摊成本、缓解孤独的愉快体验,却被一些不法分子盯上。他们先以“搭子”名义诱导游客交定金,待其落地后“放鸽子”,要么被强制拼团,要么承担定金损失。一不小心,满怀期待的旅行就成了精心设计的骗局。

骗局何以得逞?一是源头端账号矩阵化、人设虚假化。从已曝光的案例来看,这是一条分工明确的灰色产业链,大量引流账号IP地址刻意设在外地,营造同为游客的假象降低防备心。内容多为模板化的攻略、避雷帖,图片文案高度雷同,一个人可操控几十上百个账号批量发布,在评论区互相唱和烘托氛围,看似热闹的组队帖,背后可能全是“托儿”。

二是交易方式刻意脱离监管。不法分子采取“公域引流、私域成交”套路,往往以“方便沟通”“统一订房订车”为由,绕过平台交易保障,将游客引流至私域,不签订正规旅游合同,付款多直接转账至个人账户,发生纠纷,游客连明确的追责对象都找不到。

三是服务链条层层转包、责任切割。不少网红“领队”“定制师”并非实际带团人员,游客报名后,业务被外包给当地地接、司机。引流、签约、服务各环节相互分离,一旦出现服务缩水、货不对板的情况,各方互相推诿,游客陷入“找谁都不管”的困境。

为此,消费者要提高警惕。找“搭子”出游务必核实对方真实身份,费用尽量通过官方平台支付,同时签订正规旅游合同,明确行程标准和违约责任。切莫被“志同道合”表象迷惑,盲信陌生人热心推荐,更不要轻易向私人账户转账。旅行的美好始于安全,千万别把“骗子”误认作“搭子”。

当然,消费者个人的力量有限,杜绝骗局还需多方联手。平台可利用技术和算法优势,针对批量账号、同质化内容、异常私信等特征,建立智能识别预警机制。对找“搭子”类内容设立特殊审核通道,强制发布者身份认证或资质明示;对私信导流动态监测,内置交易担保工具,阻断私下转账;形成举报与处置的快速闭环,对多次被投诉账号实施关联封禁;主动向有关部门共享异常数据,建立黑名单联合惩戒。文旅、市场监管等相关部门则要加强异常经营行为的监管,有效处理各种投诉,为游客打造放心的出游环境。 钟梓滨

不吐不快

“我捐了好几年的钱,一个电话都没给我打过,我才停了一个月,这电话一下子就打过来了。”

据报道,9月6日,刘女士发视频称,自己因甜品店生意不景气,停止了坚持多年的月捐。但是从她一停捐开始,就有某基金会和机构的电话打来,对方工作人员询问“请问是什么原因导致您上个月开始停止捐赠了”,刘女士说“没钱了”。对面传来“扑哧”一声笑,然后她挂了电话,对方再没打来过。

若刘女士所言属实,真正让其寒心的,恐怕不只是那一声笑。一个人在有能力时连续捐助多年,因为自身生活遇阻暂时停下,本是再正常不过的事。可一通电话上来先追问“为什么不捐了”,反倒让捐赠者成了需要给出解释的一方,这种关系的错位,本身就值得反思。

捐款从本质上说是一种自愿行为。过去的持续捐赠,不会也不该自动生成一份“必须一直捐下去”的义务。此事的发生,应该引发一些公益机构的反思:对捐赠者的联系和维护,边界到底在哪里?

公益项目需要相对稳定的捐赠来源。机构主动向捐赠者反馈项目进展,询问是否愿意继续支持,都算不上问题。真正需要警惕的是,当一个停止捐赠的人,首先被机构视作一个需要“挽回”的“用户”,双方的关系就已经变了味。

尤其要看到,公益领域的信任往往十分脆弱。一个人第一次愿意拿出几十、几百块钱,未必是被机构的话术打动,而是出于朴素的信任,相信自己的钱能真正帮到别人。这样的信任可能要靠很长时间的积累才能建立,却可能因为一通分寸失当的电话,就快速消耗殆尽。

比起追问“为什么不继续捐”,公益机构更该回答好另一些问题:过去的善款去了哪里,帮助了哪些人,项目实际成效如何,捐赠者能不能方便地查到资金去向。

说到底,一个人愿不愿意继续捐,最终取决于认不认可项目、信不信任机构,以及当下有没有能力,从来不是靠催就能催出来的。 陈家瑞

骑“电鸡”、防电诈 军训创新很有必要

军训不只有军事技能训练,教官还教新生骑“电鸡”、防电诈。

据报道,今年华南农业大学本科新生,在军训期间分批学习如何规范骑行电动自行车。这是高校针对学生高频使用共享电动车的校园出行特点,设置的安全教育系列创新课程,不少学生表示“很有用”。此外,军训期间还涵盖了国家安全教育与国防动员、反诈防骗、消防技能与消防演练、基础医疗救护等课程。

军训是每一位大学生的入学必修“第一堂课”,也是培养大学生国防意识、集体意识和军事素养的重要载体。新生们换上迷彩服,通过标准化的军事训练,锤炼吃苦耐劳精神、强化集体意识以及掌握基本军事技能。毫无疑问,所有军训内容的调整创新,都应在保障军训质量基础上做加法、拓维度。

依据《普通高等学校军事课教学大纲》,军事技能训练不少于14天112学时,计2学分。华南农业大学为期19天的军训时间,并没有压缩训练时长,而是在保证足够训练强度、完成大纲规定要求的基础上,加入交通安全、反诈防骗等和社会生活紧密相关的实践课程,精准贴合当代大学生的生活需求,不仅很有必要,也极大地拓展了军训的育人价值。

大学新生虽然已成年,但多是第一次独立面对社会生活,普遍缺乏社会阅历,对身边潜藏的安全风险认知不足,最需要接地气、实用性强的安全教育。把规范骑行电动自行车、反诈防骗这类贴近现实生活的内容搬进训练场,不仅能让他们迅速掌握实用生活技能,树立规则意识与风险思维,也帮助他们更快适应大学生活,走好迈入社会的第一步。

就拿电动自行车来说,近年来,它早已成为人们日常出行的主要交通工具。在华南农业大学所在的城市广州,电动自行车保有量已突破650万辆,日均骑行量达903万人次。与此同时,涉及电动自行车的交通事故数量长期居高不下。在大学“第一课”中嵌入电动车专项培训,帮助学生掌握骑行技巧,遵守交通规则,能够从源头规避出行风险。

反诈防骗教育融入军训,同样极具现实意义。当前电信网络诈骗已是侵害大学生财产安全的高发风险领域,涉世未深的大学生对各类诈骗套路辨别能力不足,极易成为各类网络诈骗的重点目标。借助军训这一入学关键节点集中开展反诈科普,拆解校园高频骗局,明晰相关法律法规,有助于新生树立风险意识,筑牢反诈防线。

其实,这类结合社会生活实践、贴近学生日常需

求的课程内容调整,弥补了我国中学阶段学生生存生活能力教育与锻炼的不足,也是补齐公民素养与安全必修课的关键一环。从本质上来说,这类调整并未偏离军训育人的核心目标,反而让军训更接“地气”,更贴合当代大学生的成长需要,这样的创新尝试值得肯定。

一代人有一代人的成长环境,军训也应当迭代更新。过去军训侧重应急避险、国防动员,如今网络风险、安全出行成为青年面对的新课题,安全教育的内容、形式也需要顺势革新。

事实上,近年来,不少高校都在不断创新军训内容和形式。比如有的高校引入机器狗等新型智能训练装备,使军训科目更加专业化、特色化;有的高校首次增设校外拉练环节,磨炼学生意志品质;还有高校把心肺复苏、消防演练、禁毒科普等纳入军训拓展模块……这些创新没有消解军训的严肃性,反而丰富了军训的时代内涵,让军训的育人维度不断拓宽。

国防教育培养学生的家国情怀,安全教育守护学生的成长之路,二者其实相辅相成、相得益彰。期待更多高校打破固有思维,立足学生真实生活场景,在坚守军训初心、立训持续创新,让军训真正成为赋能青年成长的第一课。 新京