

## 一周新闻点评

“小而精”餐饮也可以走长远

新闻摘要:汉堡单品月销售额超7万元、自创融合菜品让人眼前一亮、小店四季上新不同冰淇淋……随着消费迭代出新,餐饮也不断玩出新花样。小小的店铺,巧妙的陈设、精致的颜值、新奇的口味,通城“小而精”的店铺正成为年轻人的“心头好”。(7月10日《南通日报》)

点评:过去提到餐饮业,似乎要做得大而全,才能让产业发展壮大。现在随着社会发展,往“小而精”的方向深耕,把特定消费群体的需求做到极致,一样可以细水长流,甚至可以走得更有韧性、更长远。透过这些有品质、有特色、有故事、能提供情绪价值的餐饮小店,能感受到时代的变化和消费需求的多元化。

地铁午间免费乘,清凉的小确幸很暖心

新闻摘要:为便利市民午间出行、激活商圈活力,南通轨道交通近日发布消息,将于7月15日至9月15日期间推出“好通行App午间畅行·商圈焕新”活动。活动期间,市民在每日11:30—13:30使用“好通行”App扫码乘坐地铁1、2号线,可享受免费乘车福利。(7月13日《南通日报》)

点评:暑假本该属于消费旺季,但赤日炎炎又让人懒得出去。连接各大商圈的地铁,犹如四通八达的地下游龙,载着人们去商圈进行餐饮、娱乐、休闲消费,享受清凉。因此“午间免费乘”看似微小,却很体贴,能让人们夏日出行多了些“小确幸”,有助于激发城市消费活力、增加宜居幸福感。

让“清凉驿站”触角融入城市肌理

新闻摘要:记者从市安监站了解到,目前,在主城区建筑工地已建成并投入使用的清凉驿站超过90座。这些驿站集避暑、保障、学习功能于一体,从物资保障、健康监测到安全教育、响应机制建设,形成了系统性的保障体系。目前,该模式正在全市范围内推广,有望成为建筑行业劳保工作的“新标配”,为高温安全生产提供可借鉴的“南通经验”。(7月8日《江海晚报》)

点评:烈日酷暑,考验着城市的治理水平和人文温度。“清凉驿站”不仅仅是歇脚、休息、防暑降温的地方,也可以是学习、充电、提供多样保障的地方。期待这样多功能的“清凉驿站”理念能得到推广,建得更多些,让触角延伸至更多的行业和领域,融入城市肌理。

厚植足球发展沃土,才能厚积薄发

新闻摘要:7日,2025年南通市青少年校园足球联赛(小学组)总决赛在南通市第二中学圆满落幕。赛事吸引全市共35支代表队600余人参加,分别来自各县(市、区)级比赛中的优胜队伍。最终,海门区三星小学获男子甲组特等奖,南通高新区小学获男子乙组特等奖,通州区实验小学获女子甲组特等奖,海门区天补小学获女子乙组特等奖。联赛自2015年起举办,至今已有十年。(7月9日《江海晚报》)

点评:新闻中提到的“南通市青少年校园足球联赛”,可称为南通中小学的“校超”。这并非在蹭“苏超”流量。十年的坚持令人感佩,一叶知秋,从中可以感受南通普及足球特色学校、厚植足球发展沃土的脚踏实地与不懈努力。火爆的“苏超”,五战五胜的南通队令人瞩目,可见卓越的战绩并非来自偶然的运气,而是来自厚积薄发的底气。

(点评人:邓渠)

有温度的观点  
有思想的声音

本版欢迎广大读者赐稿

投稿邮箱:ntrbfocus@163.com



# “后高考消费”需平衡物质奖励与成长需求

□刘曦

## 热点快评

高考过后,高三毕业生长达两个多月的悠长假期开启,“后高考经济”迅速升温。毕业旅行、电子产品等呈现出一派火爆景象。兴东机场迎暑运旺季,日均超1.3万人次,目的地以热门旅游城市为主。与此同时,为迎接新的学习和生活阶段,不少家长为孩子购置“大学装备”,推动电子产品迎来销售高峰。

一场考试,让消费市场迎来“青春风暴”。莘莘学子卸下了“十年寒窗”的学习压力和思想包袱,迫不及待地想通过一场场消费,从换手机、买平板、配手表凑齐“电子全家桶”,再到烫染、美甲、文眉等“为颜值买单”,从而与科技前沿和时尚潮流无缝“接轨融合”,来一次彻底的释放和沉浸式

体验。一张高考准考证,让各地景点承接“泼天流量”。读万卷书,行万里路,考生们在高考后以脚步丈量山河,用亲历检验书本。围绕“准考证”释放的一系列旅游优惠政策,更已成为各大景区抢抓客流的手段。“苏超”的火爆,为江苏景区博得更多预订票量;纷至沓来的音乐节、演唱会,拉长了旅行路线,学子们亲手订下的第一张远程车票或机票,也是他们迈入人生新阶段的“青春宣言”。新一代青年的“暑期消费嘉年华”与“政策红利”同频共振,相得益彰,考后经济不仅是青春活力的集中释放,更是观察消费升级的“晴雨表”。

“后高考经济”之所以如此火爆,供需两端都有原因。从需求侧来看,莘莘学子在将考试结束后,渴望一次酣畅淋漓的压

力释放,用一场旅行、一部新手机或一项新技术,写满对拼搏岁月的回望和对崭新生活的憧憬。家长们也心疼孩子苦读不易,满怀欣喜为孩子庆祝毕业,倾尽全力满足各种需求,直言“这钱花得开心”。从供给侧来看,商场、景区、各类培训机构也抓住契机,为高考考生量身打造专属福利。从车企减免费用到电子产品的专属折扣,从凭准考证免费领礼品到景区优惠,来自各行各业的“礼包”把情绪价值拉得满满。

“后高考经济”的核心是消费。任何消费都必须保持充分的理性,对“后高考消费”而言,尤其需要平衡物质奖励与成长需求。于考生而言,在娱乐和消费时,要充分评估个人需求,结合家庭实际,不盲目跟风,不随意攀比,做到放松不放纵、理性不任性、认真不较真。于家长而言,应当引导孩子树立正确的消费观,帮助孩子评估消费必要性,不过分宠溺孩子,不无条件满足

各种要求。于商家而言,“后高考经济”充满各种商机,在使出浑身解数抓住商机的同时要提高自身守法意识、自律意识。职能部门要加强监管,坚决杜绝披着“后高考经济”外衣,借助考生噱头炒作等不健康消费行为,营造一个良好安全的消费环境。

从“老三届”背着一床被褥报到入学,到后来收音机、随身听、BP机成为时髦开学装备,进入新世纪后,电脑、手机、平板又成了“开学三件套”,大学新生的“入学前准备”,也是一部经济发展史。不管“装备”多么花哨,每一代大学生都希望在即将开始的大学生涯中“闪亮登场”,这样的心情是一样的。走进大学校园的那一刻开始,每一步都要自己去探索。不负时光,学会把握自己的人生,是每一个大学新生的必修课。酷炫的手机会有的,新款的电脑也会有的。此时此刻,更值得珍惜的是未来正在徐徐展开。不负好时光,将入学的满“新”欢喜、满“新”关怀,化作奋斗前行的全“新”力量。



## 绿茵场上『三好生』

“苏超”南通队“文武双全”,赛前有6名队员顺利拿到大专文凭。“做好人、读好书、踢好球”,既是他们的“气质”,也是江海南通的形象展示。

朱晋画

## 观点声音

三只兔子竞相追逐,两两共用一耳,首尾相连形成一个独特造型。这个名为“三兔共耳”的图案,不仅出现在敦煌莫高窟壁画中,还经丝绸之路跃上阿富汗的金属盘,融入埃及的陶瓷,跳进英国的瓷砖画。前不久,在第四届文明交流互鉴对话会上,中外青年就此进行主题展示,引发与会嘉宾的文化共鸣,“三兔共耳”,这个来自古老敦煌的奇妙符号,无声诉说着丝绸之路的繁华历史,也续写着文明交流的时代新篇。今天,从“数字敦煌”向全球开放,到敦煌艺术展走出国门,从莫高窟保护模式被外国借鉴,到国际敦煌学研究如火如荼,越来越多人参与到敦煌文化的保护、研究与弘扬中来,让千年瑰宝带给世人更多文化启迪。透过“三兔共耳”,我们能了解到什么启示?看到中华文明的独特基因。包括“三兔共耳”在内的敦煌文化,是中华文明同其他文明交流交融的生动体现。读懂大国外交的文化逻辑。旧邦新命,古道新程。如今,呼啸的钢铁长龙取代了驼铃声声,巨轮穿梭重现帆影幢幢,空中丝绸之路搭建合作新桥梁,中国同150多个国家携手共建“一带一路”,推动古老的丝绸之路重焕生机。感悟文明互鉴的历史智慧。文明只有交流互鉴,才能相得益彰。今天,应对共同挑战、迈向美好未来,尤需文化的引领和滋养,尤需以文明交流互鉴凝聚起和平发展的正面力量。

——人民日报“‘三兔共耳’的文化启示”

北京时间7月11日晚,法国巴黎传来振奋人心的消息:联合国教科文组织第47届世界遗产大会将中国“西夏陵”列入《世界遗产名录》。这座坐落于贺兰山下的文化遗存,以独特价值成为全人类共享的精神财富,也让中国世界遗产总数增至60项。西夏陵占地约53平方公里,现存9座帝王陵、271座陪葬墓及多处建筑遗址,布局融合秦汉唐宋皇陵规制与佛教建筑特色。更重要的是,其填补了中华文明拼图中一块曾被忽略的关键碎片。存续近两百年的西夏王朝,创造了独树一帜的西夏文,构建了兼具中原礼制与游牧特色的陵寝制度,却在历史更迭中逐渐淡出视野。如今,陵寝遗址中的残碑、夯土台基与砖瓦构件,为中华文明“多元一体”格局和统一的多民族国家的形成提供了鲜活实证。从长城到良渚,从故宫到西夏陵,60项世界遗产串联起来,是中国五千年文明不曾中断的“活证据”。它们中既有妇孺皆知的文明地标,也有西夏陵这样小众而璀璨的存在;既展现了中原文化的深厚底蕴,也彰显了边疆民族文化的独特魅力。这些遗产共同证明,中华文明的生命力不仅在于延续性,更在于包容性。世界遗产是文明对话的通用语言。这不是简单的“文化输出”,而是以遗产为桥,与世界展开跨越时空的对话。当更多人凝视遗产背后的文明密码,文化自信将愈发坚定,人类精神家园也将因多元文明的共生而更加丰盈。

——北京青年报“西夏陵申遗成功是崭新起点”

当15岁的张同学按下短信发送键时,或许从未想到,每发送一组(20条)能赚30元的“兼职”,会导致多人陷入骗局深渊、金额高达20余万元的刑事案件,更未意识到自己已涉嫌违法犯罪。近日,北京多名中小学生被诱骗成为电诈“帮凶”的案例引发广泛关注。不只是北京,7月9日,云南省河口县公安局也发布警情通报,多名未成年人沦陷为诈骗分子的“工具人”。电诈分子将“黑手”伸向未成年人,让涉世未深的孩子为其引流作案,性质极其恶劣,也凸显了未成年人自身法律意识的淡薄和网络安全教育的不足。相似的剧情在不同地域上演,警示我们必须为未成年人构建起全方位的防护体系。学校应将反诈教育纳入实践课程,增强学生风险意识;家长需关注孩子的社交动态和资金往来,及时发现异常行为;平台则要强化对未成年账号的监测,对批量发送相似信息的账号启动预警机制等。每一个环节多上点心,社会对未成年人的防护就能更严密一些。针对此次事件暴露的电诈犯罪向低龄群体渗透的趋势,保护未成年人远离犯罪泥沼,既需要法律构筑“不敢骗”的红线,更需全社会织密“骗不成”的教育防护网。

——新京报“一组短信能赚30元,莫让孩子成电诈帮凶”

近日,江西南昌一网友称,自己乘坐网约车时被司机加收3元空调费,并称之为“自愿消费”。此事在网上引发热议。记者在南昌市走访调查发现,加收空调费并非普遍现象,但很多网约车司机表达了自己的看法。记者联系4家不同网约车平台,客服人员均表示:乘客在乘坐网约车时,不需要支付空调费。若不扫码3元使用空调,消费者只能在闷热难耐环境中乘车,轻则影响舒适度,重则影响健康。特别是老人、孕妇、儿童以及心脑血管、呼吸系统等慢性疾病患者人群,在高温天气下出行存在不同程度的健康风险,多花3元空调费,相当于预防健康风险。但从消费者内心来说,大多数人是不愿意额外支付空调费的。在很多人的认知里,开空调是网约车在夏季的标配服务。一些地方也明确要求网约车开空调,例如北京交通委上个月发通知要求,公交、地铁、出租车及网约车时开启空调。多家网约车平台也倡导开空调清凉出行。在此背景下,消费者自然不希望在车费之外再为开空调单独买单。从实际情况看,即便网约车加收空调费不多见,但这种现象确实存在。之所以出现这种现象,多位网约车司机的说法是,平台在推出优惠券、降低乘客乘车费用的同时,并未减少对司机的平台抽成,有的网约车司机为了多赚钱,就向消费者索取空调费。这又引发出另一个问题:平台抽成是否降到合理水平?也引发一种思考:网约车空调费如何分担、规范?交通运输部分别在2021年、2023年要求网约车平台合理设定抽成比例上限,降低过高的抽成比例,从公开报道看,取得一定效果。但目前仍有不少网约车司机认为抽成比例过高。究其原因,虽然单个平台抽成不高,但订单多次转让、平台层层拔毛,综合抽成比例不低。所以,还应该推动平台降低综合抽成比例,当网约车司机有钱可赚,或许就不会让消费者为使用空调额外买单。当然,网约车空调费本来就需要合理分担,进行规范管理。高温天气下,开空调既关乎网约车司机驾驶安全,也关乎消费者乘车体验和健康,有必要在规则层面明确空调费由谁来承担。虽然一些网约车平台向司机发放总额高达数亿元的高温补贴,推动行业共担夏日出车成本,减轻司机成本负担,但据司机透露,平台高温补贴只在中午十二点到下午两点之间,而且每单补助还不到1块钱。这显然很难有效降低司机空调使用成本,平台能否延长补贴时间和每单补助额度,值得思考。特别要指出的是,网约车司机在高温环境下提供服务时一旦中暑,将对乘客安全和交通安全带来威胁。同样,如果乘客乘坐网约车时中暑,平台和司机也难辞其咎。所以,务必要求开空调成为网约车服务标配。

——羊城晚报“如需空调扫码3元”网约车“空调费”谁来承担?

# “家政+养老”,解锁养老新模式

□张裕新

在17个社区建立起“家政+养老”服务站点,通过整合资源和专业运营模式,满足了老年人的多元化照护需求。这种做法值得肯定和推广。

“家政+养老”模式有效提升了老年人的生活质量。传统养老服务长期照护模式往往缺乏灵活性,难以满足老年人的照护需求,而“家政+养老”模式,将家政服务中的日常保洁、烹饪、家居整理等基础服务,与养老服务所强调的医疗护理、康复保健、精神慰藉等专业服务紧密结合,能够为老年人提供更加个性化、专业化的照护服务。

“家政+养老”模式缓解了家庭的照护压力,促进了家庭和谐。现代社会年轻人生活节奏快、工作压力大,往往难以

抽出足够的时间和精力照顾家中老人。许多家庭在照顾失能老人时,不仅承受经济上的压力,还面临身心疲惫的困境。“家政+养老”模式为子女提供了“喘息”的机会。

“家政+养老”模式可以推动养老服务业的发展。该模式通过整合资源,使家政企业和养老机构共享场地、设备、人员等,避免了重复建设和资源浪费,能有效降低运营成本。实践表明,“家政+养老”的兴起不仅为养老机构带来了新的发展机遇,还促使它们持续提升服务质量,完善设施设备,以满足老年人日益增长的多样化需求。

同时要看到,“家政+养老”模式的创新实践在推进过程中,还面临着行业

标准不统一、人才短缺、政策支持力度不够、管理体制分散、社区支撑不足等众多问题和挑战。但我们坚信,随着养老服务需求量的持续攀升,与之匹配的规范化、标准化、专业化服务标准必将同步推进,通过政策引导与行业自律的良性互动,逐步建立起科学完善的质量管理体系。

此外,随着以“六助一护”(助餐、助浴、助洁、助医、助急、助行、上门照护)为核心内容的居家养老服务规模不断扩大,家政服务已经逐渐发展成为居家养老服务中主要的专项服务之一。“家政+养老”模式的蓬勃兴起,不仅将有助于重构传统养老服务生态,更将为破解中国式养老难题开辟充满生机的发展新路径。

# 拒绝“牛魔王”搅局,守护“苏超”亲民底色

□冯超

“一票难求”,被迫无奈只能转而花重金购买黄牛票。相较于传统的黄牛,新崛起的“互联网黄牛”,掠票销量更高、涉及范围更广、交易体量更大。其对于上游票源以及流通渠道的垄断,已到了骇人的程度。更加值得注意的是,“网络代抢”往往需要提供实名,“黄牛”据此掌握买家姓名、身份证号、手机号等一系列信息,个人信息泄露出险境倍增,留下更多隐患。

目前,“苏超”各场次门票的官方售价明显低于国内其他类似体育赛事,其中一个重要原因就是主办方想通过较低的看球门槛,吸引更多的群众来关注足球这项运动,形成独具地方特色的足球文化。同时进一步带动省内各市文旅产业的蓬勃发展,刺激地区消费市场,形成多方共赢的局面。很多观众表示,过去仅仅通过新闻或电视直播的方式关注足球赛事,很少有机会亲临现场感受足球

的魅力,面对这样“亲民”的比赛,大家都想前往现场一睹球员风采。因此,必须严厉打击日益猖獗的“牛魔王”,让票务市场进入良性循环。

足球比赛想取得胜利,离不开团队协作。同样,打击“黄牛党”也需要多管齐下,协同发力。“魔高一尺”,战胜“黄牛”,我们要比“黄牛”更“牛”。要以技高一筹堵其“来路”。如今的网络平台,各种预约、预售等系统极易存在监管漏洞,“黄牛”们则在“技术加持”之下,造成各种“秒空”。因此,反制“黄牛”需要用更“牛”的技术手段堵塞监管漏洞,构建阻止刷票、代抢的“防火墙”,打击“黄牛”嚣张气焰。要以釜底抽薪断其“销路”。“黄牛党”出现的地方,一般都是门票供不应求的场所,“黄牛”们通过各种渠道抢资源,又进一步导致门票稀缺程度加剧。因此,有关方面需要

加大文旅产品供给,最大限度满足观众的需求,同时完善相关预约措施,合理判断各类预约、预售的必要性,限缩其运用范围。还要以雷霆亮剑斩其“回路”。牟利巨大的“黄牛”集团,大多都有“分羹”的幕后团伙。有鉴于此,打击“黄牛”也不能止于就案办案,要综合运用执法、司法等力量,开展系统深入全面治理。既要精准打击侵犯个人信息、发布非法“抢票广告”等“上下游”违法犯罪行为,又要对研发、使用、销售非法抢票“外挂”软件的为人予以严惩,真正让“黄牛党”吃到苦头、栽了跟头,有效斩断“黄牛”们的“黑手”。

治理“黄牛”是一场持久战。一场足球比赛90多分钟就结束了,但场外与“牛魔王”的对抗则没有“终场哨”。只有持续发力、久久为功,才能守护住“苏超”的亲民底色。

## “苏超”面面观

“苏超”全网出圈,场场爆满一票难求。近期,针对“苏超黄牛”倒票问题,江苏省公安机关高度重视,组成工作专班开展集中打击治理,一举抓获不少“黄牛”团伙,这波火速出击可谓大快人心。

说起“黄牛”,并不新鲜。从最早倒卖车票,到如今盯上了“苏超”、知名博物馆、热门演唱会……可以说,哪里是文体消费热点,哪里就成为“黄牛”泛滥的重灾区。一边是普通人群眼欲穿、撕断手指“仍一票难求,一边是“黄牛党”在网络平台公然声称可高价代抢,甚至承诺“百抢百中”。其最直观的后果,就是普通球迷、观众、游客