

盘活地摊经济 需要更多暖心举措

越剧《新龙门客栈》为什么火了？

湘湖时评



■本报评论员 王俞楠

人间烟火气,最抚凡人心。地摊经济一度被认为是城市烟火气的代表。最近,一对河南夫妻在杭流动摆摊7年,在这被城管邀请出摊的消息收获了不少人的点赞。事情就发生在临平星河路塘南茗苑小区超市门口,短短不到200米的沿街人行道上,摆着近50个小吃摊。大多都是过去街上的流动摊

贩。该区域是临平城管联合社区设立的便民销售点,规定了营业时间是晚上6点到凌晨3点,以此来方便流动摊贩。城管部门还督促摊主办理健康证,社区也请了专门的环卫工人,保证了环境卫生与城市卫生。对附近上班的打工人而言,在结束白天忙碌的工作后,约上三五好友,逛一逛夜市,美味的食物暖胃又暖心,是对疲惫自己的一种慰藉。对来杭打拼的“游击”摊主来说,这样的便民举措无疑是暖心的,有了固定点位,不用再担心被“撵”,可以安心经营自己的小本生意。同样对城市而言,也解决了管理的难题……可以说,“邀请出摊”的举措,是一种三赢。像这样的“邀请经营”的消息,其实不少地方都有。如在广东省惠州的惠

城区,按照“疏堵结合”原则,按照“一点一策”科学开展便民临时摆卖疏导点划设,引导流动摊贩定时定点规范摆卖,如今,江北街道花里头潮聚公园、K11火车街区,龙丰街道小吃一条街三个疏导区已初具规模,各具特色。其实在萧山也有这样的临时固定点位的“夜市”,如在新塘街道红宝石广场对面的“夜市”,也是花了不少力气推动的。如今这也成了萧山小有人气的“夜市点”。市场经济的作用下,这里汇聚了人气,也成了更多“流动摊贩”的选择。还有不少社区在探索流动摊贩的管理难题。如流动人口较多的裘江新村就打造了村里的一条街,让村口的流动摊贩以便宜的租金拥有固定的摊位,同时还在村里的农贸市场中给村里的老人留出了摆摊的位置。

当然,要想真正做好好像这样的“邀请出摊”,其实并不容易。不仅要有合适的地方,还需要加强环境和安全管理,也是费时费心费力。记者了解到,早在2017年,除了摊位餐饮从业人员需要办理健康证外,国家规定,摆摊经营只需要简单办理摊位登记证即可。也就是说,只要办理相应手续,在当地允许摆摊的区域内,是可以合法合规出摊做生意的。以杭州为例,武林夜市的摊主就是持证上岗经营的。既然政策允许,面对这份城市烟火气,真的不妨在制度上宽松一些,形式上规范一些。也希望政府相关部门做好“放管服”工作,将有形之手的力量用在刀刃上,加强监管力度和服务质量,清除摆在“地摊经济”发展面前的绊脚石。盘活“地摊经济”,避免“一管就死,一放就乱”。



■本报评论员 李小明

越剧《新龙门客栈》改编自同名经典武侠电影作品,自今年3月首演以来,赢得了不少好口碑。记者月初通过各票务网站、软件发现,从月初至本月底的不同票价均已售罄。《新龙门客栈》为何一票难求?究竟创

新在哪儿?

31岁反串小生陈丽君凭借风度翩翩的气质圈粉无数,外表秀雅、气质优雅、表演娴熟,再加上与搭档李云宵之间不可抗拒的化学反应,得到了许多年轻观众的追捧,在小红书、微博等社交平台掀起了一阵“越剧热”。萧山农村有时会请来嵊州的戏班子,但现场观众多为大伯大妈,即便是音响开得震天响,也实在激不起年轻人的兴趣,只会觉得“好扰民啊”。与许多传统艺术形式一样,越剧也面临着年轻观众兴趣日益减少的问题,直到这部开创性的《新龙门客栈》打破了这一魔咒。与以往越剧不同,《新龙门客栈》被分类为沉浸式戏剧,它的特点就是身临其境。《新龙门客栈》有点像《不眠之夜》,把剧场变成了布满机关暗道的客栈,舞台和观众融为一体。不仅加强了观众与演员的互动性,还提升了戏曲的易理解度,有人会被选中参与剧情,从“看戏人”成为“入戏者”:帮千户大人认人头、去门外送东西、给老板娘金镶玉送喜糖等等。从网友留言可以发现,他们在同样的《新龙门客栈》,有着不同的感触:兀自情深,终是无言;除了期待已久的“玉面修罗”陈丽君,其他角色也特别鲜活出彩,在新龙门客栈感受到了炙热的江湖浪漫;这简直是体验感爆棚的一次演出,演员唱腔、做工、扮相俱佳,130分钟的时长不知不觉就过去了;《新龙门客栈》的剧情和台词设计,在不破坏古代剧情的前提下,又多了一点新颖的巧思,看一万遍都不会腻……除了身临其境,整个主创团队以相对年轻的成员为主,包括85后导演、95后编剧、90后舞美设计师,借鉴了音乐剧的社招方式,“社招组”演员有些是爱好者和在校学生。从故事情节、服饰妆容、舞台灯光、舞台设计等每个细节入手,让一切更贴近年轻观众,更吸引年轻观众。除此之外,在剧情方面,《新龙门客栈》在保留原著剧情及气质的前提下,加入了现代年轻人对于“江湖”“侠义”“恩怨情仇”的思考,以年轻人的视角诠释了“武侠”一词,让现代化思维潜移默化地渗透到了越剧的传统中。“问渠哪得清如许,为有源头活水来。”《新龙门客栈》的成功,为后人带来更多创新的动力,萧山花边与亚运的结合、非遗木雕与《西游记》的结合……传统与现代结合的例子日益增多。我们不能一味地把非遗看成“老技艺”,而应把它当成“底气”,不断探索文化底蕴,创新文化产业。

杜绝假唱 不能只靠监管



■首席评论员 俞海波

最近,乐队五月天被质疑在演唱会假唱。事情闹得沸沸扬扬,惊动官方下场,上海市文旅局执法总队回应称,已按照《营业性演出管理条例》要求主办方配合调查,待有关情况依法核实后,将及时回应网友关切。演唱会近似于一个熟人市场,提供服务的歌手和花钱消费的歌迷互相信任,默认不存在假唱。买卖双方就像是小区居民和附近的农贸市场商贩,经常要打交道,无论是出于道义还是为了自身利益,卖方都不应该以次充好,提供伪劣商品。毕竟熟人市场,做生意靠的就

是信誉。假唱的出现,不仅打破了双方默契,也同样突破了市场和道德的底线。当你发现这个农贸市场不知何时起,买到的菜开始缺斤少两,质量变差,当一脸真诚的老陈都开始做起假冒伪劣生意,那显然是这个市场出了问题。打击假唱,有法可依。《营业性演出管理条例》要求“演员不得以假唱欺骗观众,演出举办单位不得组织演员假唱。任何单位或者个人不得为假唱提供条件。演出举办单位应当派专人对演出进行监督,防止假唱行为的发生”。虽然如此,但是具体监管执行,却是一大难题。首先,假唱如何认定,在法律层面还是空白。现在很多演唱会都采用了垫音技术,相当于歌手唱歌时放原唱伴奏带,这究竟算不算假唱,很难界定。说算吧,歌手毕竟发出声音了;说不算吧,有时候垫音都盖过现场歌声了,歌迷无异于在听录音。而且,这个技术是用来增强音效的,是一些歌曲必备的要素,不能一禁了之。所以,假唱能够有恃无恐,一大因素就是认定难,进而导致监管也难。在此情况下,打死不承认有假唱,才是符合歌手方利益的行为。而令人遗憾的是,实际利益受损的消费者——歌迷的无底线纵容,也是歌手敢于假唱的底气。歌迷群体近年来呈现极端化的趋势,也就是所谓“粉圈化”。以往歌迷与歌手的互动仅限于购买音乐产品、出席演唱会、参加歌迷活动等,而“粉圈化”之后,出现了将歌手偶像化、神格化的认知和行为,正常的互动行为变异为刷数据、攻击其他有竞争关系的歌手及歌迷群体等,将正常的市场竞争化为极端的斗争。对歌手的纵容,就像熊家长对熊孩子一样毫无底线,只有赞扬,

容不下一丁点批评。无论哪位歌手,遇到这群粉丝,只怕都要飘飘然了。既然韭菜生长形势一片大好,不割是不是对不起自己了?真唱累死累活,哪有假唱省时省力,谁不想轻轻松松挣钱呢?所以,杜绝假唱,不能只靠监管。法律法规只能保证底线,不能让小人变成君子。在演唱会这种规则下,监管能起到的最大的作用,就是鼓励市场竞争,促进信息公开透明,保障消费者的知情权。比如,规定使用垫音的演唱会必须标明“采用混响”之类的信息,让歌迷明明白白消费。要杜绝假唱,需要歌迷理性追星,正视自己的权益,自觉抵制提供劣质服务的假唱歌手,让提供优质服务的真唱歌手,堂堂正正赢得市场。如此一来,哪怕演出市场是相对独特的细分市场,也会因为充分的竞争而提高服务的普遍标准。



用AI“造谣”要警惕

近日,嘉兴平湖一名女子陈某为博取流量,利用AI技术虚构假新闻,引起警方注意。陈某是一名网络博主,在软件里输入标题、关键词后,人工智能就自动编了一条带视频和文字的假新闻,陈某前后一共发布了15条。根据《治安管理处罚法》,利用网络发布不实信息,处5日以上10日以下行政拘留,可以并处500元以下罚款。如果情节严重,还可能涉嫌犯罪。目前,陈某被处罚款200元。

漫画 记者 俞钦洋

让茶出圈带飞茶经济



■本报评论员 李阳哲

日前,一年一度的南宋斗茶大会举行。这次斗茶大会选址于庄重风雅的德寿宫,斗的是非遗“点茶”的技艺,大大小小的茶人穿汉服沉浸式“斗茶”,演绎了宋代文人喝茶的豪场景象。说起来,让茶人自豪的是,南宋斗茶大会连续举办了十一届,疫情也不曾中断。可见,茶的出圈离不开一座城市厚重的历史支撑,也离不开文旅产业的赋能。《封氏闻见记》记载:“茶道大行,王公朝士无不饮者。”客来敬茶,茶叙外交,是中国千百年来不变的传统。在亚运会以及重要的外交宴会上,品茶、点茶、炒茶、茶舞曲等中国茶的身影频频出现。“名茶之都”下的茶产业在亚运会的加持下,无疑迎来了新的蜕变升级。正如“点茶”文化兴盛于宋,西湖龙井产于西湖山区的龙井,茶品牌需有文化的共识。“永兴红”是萧山近两年新推出的茶品牌,“永兴”不仅是萧山曾经的地名,更蕴含着跨湖桥先民划着独木舟求生存、求发展,刚健务实、开拓进取、勤思善变的精神。亚运期间,永兴红茶礼盒以及萧山非遗古法制茶体验项目入驻了几家亚运保障的酒店,为外国友人带去了中国传统茶道体验。眼下秋冬,正是喝红茶的时候,萧山本土品牌“永兴红”在赛事红利下也销出了喜人战绩。

茶产业发展需要跟着市场走。杭州市的市花桂花,在亚(残)运会上呈现给世人大把的惊喜,“桂冠”“蟾宫折桂”“逐梦折桂”衍生出了桂花经济。桂花龙井、桂花红茶瞬间暖了心窝,成为可以带走的城市记忆。永兴红的茶原料全部选用高山向阳山坡的茶叶,为全发酵茶,甜香浓郁显花香。茶品根据需求做了市场的细分,有包括老枞红茶、花香红茶、生态红茶、单芽红茶在内的纯红茶,以及包括桂花红茶、柚子红茶、陈皮红茶在内的调味红茶两大品类,最终入选亚运伴手礼的是老枞红茶、桂花红茶和生态红茶3种红茶。连日来,萧山的桂花红茶持续释放茶文化魅力,从“家门”走出“省门”参展交流,让传统非遗技艺得以传承。

当前,萧山对南部不少荒废的茶园着力进行改造,以振兴茶产业。后亚运时代,如何让金叶子产业释放更大的城市红利,成为当下建设南部生态共富先行区的重要一环。只有将茶文化、茶文旅与茶叶种植生产有机结合起来,建设富有茶文化特色的景观带、度假休闲区,才能使地域品牌更具感召力,让百姓收获实实在在的幸福感,让茶文化提升城市品位。无论是国内的广式早茶、海口老爸茶、宋式点茶,还是英国下午茶、法式茶歇,茶始终浓缩了一个国家、城市的历史积淀和文化气质。茶与城密不可分,也只有尊重传统、探寻新知、不断创新的茶产业,才能保持新鲜的活力。

“网红”需要高门槛 有真本事才配拥有高人气



■本报评论员 靳林杰

最近有条新闻挺离谱。在四川泸县,一个男性网红为了吸粉引流,策划拍摄了进公共女厕所上厕所的“挑战视频”,引发关注。虽然事件最终以涉事四人因寻衅滋事被公安局依法行政拘留收尾,但依然引发人们思考:这个时代是不是对“网红”这种身份太宽容了?那么,到底什么样的人可以成为网红?流量为王的时代,到底流量是衡量水平的第一准则,还是我们应该想想,那些为了博眼球没下线尽搞恶趣味的人,配不配“网红”

这一称呼。根据相关报道,当事人表示“挑战”视频没有增加流量,反而在发布后没过多久就遭平台限流。或许当事人如此交代,只是为了掩盖自己对社会造成的负面影响,顺便试图来缩短自己被拘留的时间,但你看,即便被限流,这已经引发不小的舆论风波。事实上,即便被平台限流,还是有不少网友关注到了这条视频,其实已经引起了不少负面效应。不少网友表示感到“内容让人不适”,也有网友认为“迟早会被逮捕”。值得庆幸的是,网络相当发达的当下,理智的人还是占多数。如今,“网红”成了很多人想拥有的身份。“网红”,就拥有了在互联网上的“网络地位”,再说得接地气点,仿佛还是财富的象征。在不少人看来,这是一条成功的捷

径,甚至觉得“只看结果”,不管是通过什么手段,就算用上一些类似新闻里那些毫无底线的方式,只要能火,只要能成为“网红”,都是值得的。这类想法显然是错误,成为“网红”应该有门槛。再来看近期另一则新闻。网红“小杨哥”徒弟“红绿灯的黄”重新回归直播,仅开播三分钟就被封禁。虽然平台没有显示具体封禁原因,联系到此前其在直播过程中多次擦边和违规动作导致直播间多次被强制关闭的“前科”,有一点原因是显而易见的,当下社会其实对于想要“歪道超车”的“网红”的宽容度已经直线下降。“红绿灯的黄”在某社交平台上拥有900多万的粉丝,单纯以粉丝量来看,她的确算得上是“网红”,但或许德不配位,被广大网民淘汰只是

早晚之事。或许此前因为她敢于扮丑搞怪令人新奇,但长此以往,当“擦边球”成了她的惯用伎俩,还会有多少人真正买账?社会需要的还是正能量的“网红”,传播正确价值观的“网红”。值得欣喜的是,当前的确有越来越多的正能量“网红”在出现。他们或以自己的学识传播中华优秀传统文化,或努力传承老底子优秀非遗记忆,或带来知识型干货,让网友们足不出户学到真本事,诸如此类的“网红”,都值得推广,都值得真正火起来。当我们褪去世俗的浮华,有时候也得沉下心来看待“网红”这种身份。虽然看着光鲜亮丽,让很多人都想要拥有,但我们也应该认识到,“网红”需要门槛,唯有真本事才能有人气,靠低俗恶趣味的“歪道”必然是“死胡同”。