

典型宣传请回到人本视角



■首席评论员 俞海波

日前,一则“副校长获
奖章 孕妻顾家劳累两度流
产”消息引发了网络热
议。据悉,这位中学副校
长简某某荣获省级五一劳
动奖章,事迹中提及他全
身心投入工作,以至于很
少有时间照顾家庭,而他
的妻子在怀孕期间不得不
承担家中重担,因过度劳累和营养不良两次面临流产风险。

信息发布后,迅速在网络上引起争议。部分网友表示,这
样的事迹难以引发共鸣,质疑是否应此类牺牲家庭的做法
树立为典范。还有人指出,副校长的妻子因劳累过度致面临
流产,与丈夫表表彰相比,显得颇为讽刺。

事实上,这就是一起典型的宣传事故。宣传者还在秉持
过往的牺牲奉献观念,以为在宣传一个典型人物公而忘家的
典型事迹,殊不知在观念早已更新的公众看来,这样的宣传一
味歌颂牺牲付出,缺乏人性关怀。观念的过时,导致故事变成
了事故。

现代文明社会的进步之处,在于以人为本,承认并肯定人
性。这就是说,社会舆论会从平常人的角度出发,去审视评价
人的行为,而不是一味把人神圣化或妖魔化。这位副校长一
心扑在工作上、关心学生值得肯定;但是对于家庭疏于照顾,
对妻子缺乏关怀,则说明他在家庭责任方面不能算合格。纵
然大德无亏,小节却有可商榷之处。

两千多年前,儒家学派和墨家学派对于“爱”曾有一番争
论。孟子认为,爱是分亲疏远近的,其分布犹如涟漪一样扩
散,关系越远越生疏,爱就越少。墨子的观点是更知名的“兼
爱”,他主张爱不分亲疏,要无差别爱每一个人。当然,我们
可以说墨子的大爱无疆比孟子的小爱有疆更伟大,但是如果我
们诚实一点的话,恐怕会承认还是孟子的说法更符合人性和
现实一些。仁者爱人,并不是爱抽象的人(这显然没什么难
度),而是要爱具体的人。有些朋友连有坏习惯的邻居都忍受
不了,怎么可能去“兼爱”他人呢?换句话说,连自己的妻子儿
女都不太在乎的人,怎么敢让人相信他会真心去爱护别人?

希望当地有一个合理的解释,也希望此人的夫人实际
上没那么惨。这或许会让大众松一口气,毕竟怀孕时劳累过度
可不是闹着玩的。

很长一段时间里,歌颂奉献、牺牲、付出是人物典型宣
传的主流。故事里的主人公,总是在燃烧自己,照亮他人。这
种人确实很伟大,宣传到此结束也就罢了,可是偏偏宣传总是
喜欢渲染苦情,希望让大众看到主人公是克服了重重困难,才
创造了光辉业绩。于是,广大群众就看到,一位很有贡献和成
绩的人,住的是简陋房子,吃的是粗茶淡饭,过着清贫的生活。
他倒是自得其乐,倒霉的是他的家人,不仅要跟着受罪,而且
还要负担家庭绝大部分的责任,因为按照设定,主人公从来都
是顾不上家庭的。没被苦情煽到的群众会表示疑惑:那他干
嘛要结婚呢?

典型宣传不能一味煽情,丧失了常识。一位工作有诸多
贡献的人,生活却如此困窘,这显然有失公平。这样的典型
宣传出去,到底是正面效果多一点,还是反面效果多一点?如
果宣传有夸张之处,是不是有欺骗公众的嫌疑?这样的宣传,
最终是两头不讨好。

所以,典型宣传工作要与时俱进,实事求是,回到以人
为本的视角,尊重典型模范,也要更尊重公众一些。歌颂奉献
牺牲精神本身没有问题,但不能把人神圣化,否认人应该有正
当的需求。能照顾家庭,让家人生活好一点,工作贡献与所得
待遇匹配等等,这些都是基本的需求,也符合公众对于公平的
期待。

传统与时尚,在修行中双向奔赴



■本报评论员 王俞楠

最近,一条“大批年轻人
涌入道观”的消息引发了舆
论关注。
北京道观白云观开设了
太极、八段锦公益课,完全
免费,上线1分钟所有名额
就抢完了,报名的绝大多数
是年轻人。又因为该公益
课对外开放,有些没报上名
的也来跟着学。现场人声
鼎沸,

热度可想而知。
从这些“涌入道观”的
年轻人发生的改变中,可以
发现,这一现象的背后是双
赢。
首先,对年轻人来说,“
赢”得很直观——通过这
种形式的修行,自己的身心
得到了放松,疲劳得到了缓
解,有了更健康的生活方式。
身体变得轻松了,是26岁
互联网公司程序员候舒翔
在坚持上太极课后最大的
感受。平时上班久坐、身心
俱疲的她,爬三四层楼就
会感觉累,现在练习太极
之后,心情舒畅,身体状态
变好,晚上入睡更容易了,
早上也不会醒那么早,生
活变得更有规律了。

心态放平了,是25岁的
张乃敏的体会。她是一名
律师,北漂一年。曾经特
别容易焦虑的她,什么事
都放在心上,压力一度大
到下班后回家哭泣。自
从每周来练习之后,她整
个身心状态好起来了,对
一些事也不那么在意了。

打太极治愈了失眠,练
习之后身体变得轻松,心
情舒畅……类似的例子
还有很多。宁静淡泊的修
行加上中华传统武术的
双重buff,似乎在年轻人
身上产生了“1+1>2”
的效应。这样的方式,在
繁忙的工作、社会节奏中
让更多年轻人的身心都
找到了安顿之所,让他们
能够更好地关注自我,关
注内心,而不再是忙个不
停,为工作疲于奔命,犹
如悬空中不停挥舞翅膀
的“蜂鸟”。

其次,对白云观之类的
地方而言,这是一种适应
现代社会发展的趋势和改
变。同时也让太极、八段
锦等中华优秀传统文化
得到了更好的传承,“赢
”在未来。

如今,这样的探索正在
遍地开花。
厦门的云顶岩寺开设了
古琴公益课程,该课程联
合青年古琴演奏家、厦
门派古琴艺术、研琴技
艺非物质文化遗产传承人
张毅,为学员带去更多
传统文化的体验。

成都大慈寺的公益课
也是由来已久,有八段
锦课、书法课、花道课、
剪纸课及写意画课等多
种多样的课程,颇受欢迎,
学员中也有不少年轻人。
浙江省嘉善县的云台禅
寺,也携手当地的竹学社,
开设了养生公益课。还
有成都青羊宫、苏州玄
妙观,这些城市中的道
观,也开设了太极公益
课,越来越多年轻人踊
跃参加这些课程。

传统文化与时尚青年,
就在这修行锻炼的潮流
中双向奔赴,互相成就。
寺庙、道观等场所开设
公益课程,无疑拉近了
它们和年轻人之间的距
离,是一种“善巧方便”,
主动出击,让更多年轻
人能体验中国传统文化
中的精神。

“土洋结合”小店出圈,拼的是求生欲



湘湖时评



■本报评论员 林青颖

最近,萧山北干街道明星农贸
市场的一家早餐店成为大众
焦点,菜单主打煎包、拌面
配咖啡,看似奇怪的套餐竟
成了网上的新宠,吸引不少
网友排队打卡。

其实,中式早餐+咖啡的组
合并非新事物。据了解,咖
啡搭配中式早餐的做法,最
早出现在国外的唐人街,一
方面满足了华人传统饮食
的习惯,另一方面满足了大
众对咖啡提神的需求。纵
观近两年,在咖啡日常化的
趋势下,“咖啡+”的早餐
售卖场景火热,全国各地都

始流行起此类组合:比如,宁
波地区有“咖啡+柒饭团、
油条、葱油饼”;潮州地区
有“咖啡+无米粿/芋粿”。
放眼本地,更有小笼包咖啡
、烤饼咖啡、鸡蛋饼咖啡等
“神仙组合”,而且几乎推
一个火一个。

为什么“剑走偏锋”的早餐
小店能火出圈?中式早餐+
咖啡的组合,真的会是一门
好生意吗?

这个组合爆火的原因,首先
来自消费者的猎奇心理。菜
市场、咖啡、煎包,无论从
消费场景还是品类上,这样
的搭配多多少少会带来冲击
感,打破了人们对实体早餐
小店“接地气”“传统”的
刻板印象,引发消费者的好
奇心和探究欲,更容易驱使
大众去尝试这样带有突破
性的搭配。

其次,是饮食习惯的改变。如
今咖啡已日渐成为现代人
日常饮食不可或缺的一部
分,从城市小资的“第三生
活空间”,到格子间打工
人的“续命神器”;从时髦
、小众的仪式感消费,到
当代年轻人普遍而新潮

的生活方式。不过,再西式
的国人都有一个中国胃。“
咖啡+中式早餐”的组合,
正是看准这一点,将两种
饮食需求相结合。可以说,
这是从本土文化认知中找
到了和消费者沟通的新触
点。

再次,是人们消费理念的
不断转变。从消费趋势看,
高效率与性价比兼得已成
为共识。传统中式早餐店
在亲民化的价格基础上,增
加咖啡品类,满足了年轻
人通勤便捷、高效方便的
要求,价格上也比单独在
咖啡店或者便利店消费划
算,对于生活节奏快的上
班族而言,确实更为友好。

当然,对于这样的搭配,“
这样做不就是为了博取眼
球吗?”“搞坏咖啡市场”
之类质疑声音的出现也很
正常。不可否认的是,咖
啡配小吃、中式早餐,不
仅让我们看到咖啡文化的
生活化场景演变,也看到
了实体早餐店旺盛的求
生欲。

近几年,实体早餐店面临
的竞争可以说是前所未有,
除了要面对

同行的竞争,还要抵御来自
互联网的挑战。单就早餐
店而言,早餐这一品类日常
但不紧急,网购能解决大
部分需要到店场景,也兼
具性价比。为了打破被动
的局面,进行创新和突破是
必然选择,“剑走偏锋”
也是一种求生手段。

这种看似“博眼球”的方
式,既能让实体早餐店谋
得生机,也能满足消费者
需求,不失为一件好事。
要说这种办法到底行不
行,其实也没有评判标准。
只要有人愿意接受这样的
搭配,那么推出这样的组
合也无可厚非。

中式早餐+咖啡的组合
会不会成为实体店的新
一轮风口?凡事没有绝对。
对于实体店来说,若是把
流量放在第一位,希望以
此“一炮打响”,短时间
内吸引大量客流,在市
场上脱颖而出,往往会在
一轮热度过后归于低谷,
重返原点。出新招很妙,
但如何让流量成为留量,
不断创新,继续下沉、渗
透,演变出更多的呈现方
式,才是关键。

一路“繁花”是杭州该有的浪漫



■本报评论员 靳林杰

最美丽人间四月天,萧山的
高架路迎来了一年中最美
的时刻,开车驶过,给人最
直观的感受便是“浪漫扑
面而来”。

一组数据更为惊人,在萧
山全区56公里的高架上
路,共种植了33万余株月
季,而且品种多样。在不
同的高架路段上,遇见的
是不一样的美。

最近,董宇辉在直播时也
盛赞,“在杭州的高架上,
一路过去全是花,可漂亮
了。”董宇辉像是道出了

千万来杭游客的心声,一时
间引发了热烈讨论。事实
上,对偶尔到此一游的游
客而言,“一路繁花”是
对于这座城市印象;对更
多生活在这里的市民而言,
即便日复一日“走花路”,
还是会因这一份别样的春
色浪漫,感受到生活之美。

“走花路”,是一件让人
兴奋的事情。

试想一下,没有花开时
的高架,不过是单纯的道
路而已,但当各色各样的
月季开始争奇斗艳,开车
在路上,似乎就成了一件
值得期待的事情。

道路畅通时,可以望
望前方的“花路”,或偶
尔瞥见一朵格外艳丽的
花,心想“这真是美好
的一天”“这真是幸福
的城市”。在这样的时
节,堵车都成了一件“
幸事”,即便车子堵得
动弹不得,至少可以看
看窗外的风景,就当是
身处某个漂亮的公园。
赏赏花,散散心,堵车的
焦虑似

乎也淡了不少。
“走花路”,是一件
让人期待的事情。

从2009年开始,杭
州就开始尝试在高架上
种植月季。2017年是
高架月季的“出圈元年”,
那一年,网络上开始陆
续出现“高架花路”的
报道。不过,那一年杭
州全市的种植量还只有
30万株。而今年,仅萧
山区高架路的月季种植
数量,已经超过了当年
全市的量。

月季“花路”如今已
是杭州高架的标志。年
复一年,生活在这样一
座美丽的城市,我们感
受着城市的浪漫,也对
美的事物,有了越来越
多的期待。我们追捧它,
也想保护它,我们为它
叫好,也期待它能不断
向完美迈进。

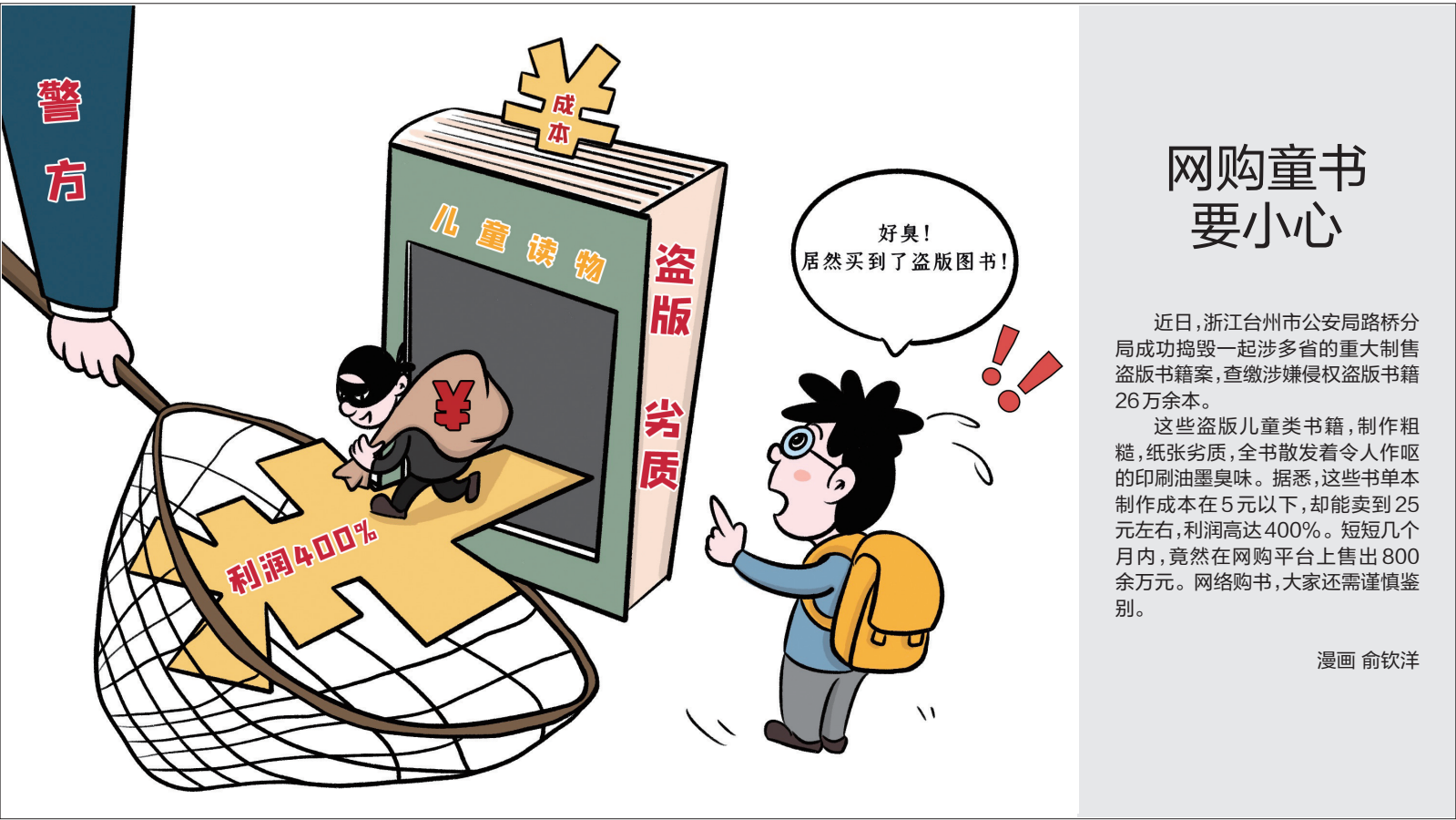
当高架月季受到越来
越多人关注后,为了让
市民不会产生审美疲
劳,相关部门在寻找更
多高品质月季品种上
做了很多努力。每一
年的

“花路”看上去都相
似,但其实每一年的
“花路”又有所不同。

不同月季品种,它们
的名字也带着浪漫色彩。
以今年萧山的种植品
种来看,有“红从蓉”
“黄从蓉”“仙境”
“莫海姆”“春梅”
“冬梅”等等。光看
名字,就会让人感到美
好。你看,美的事物,
总是如此浪漫而迷人。

或许我们应该庆幸,
生活在这样一座城市,
爱美且懂得浪漫,追
求美好且懂得经营。偶
尔一年的“花路”只会
惊艳一时,一年又一
年的“如期而至”,才
会让一件美的事物收
获真正意义上的认可。

应该没有人不喜欢
“走花路”吧?在繁花
簇锦之中,我们也期
待,这座城市的发展如
走上“花路”一般,一
路繁花,一路更好。想
来也会有越来越多的人
爱上这座城市,并在这
里留下来,感受这座城
市独一无二的浪漫情
怀。



经济场景多样化,“百花齐放”共成春



■社会评论员 高垚

最近,一种寓意为“禁
止蕉绿”的整串带杆小
米蕉在上班族中间火
了起来。

“蕉绿”即谐音“焦
虑”,而“禁止蕉绿”
风,其实是年轻人对于
上班情绪的一种自我调
侃式宣泄,如剥开香蕉
就是卸下焦虑等等。

有意思的是,照理说,
每一次潮流的兴起都意
味着商机诞生,线下嗅
觉灵敏的实体店早早就
会咬住流量“鱼钩”,
乘着风潮赶紧赚快钱。
可这次却没有。是实体
店反应慢半拍吗?并非
如此。据有关媒体

报道,受运输成本和保
鲜日期限制,许多线下
门店不愿销售该“爆款”
商品,故而想要跟一波
潮流的消费者,多是在
网购平台上购买。

这倒给人一种线上总
比线下“精彩”的感
觉。

这几年,凡是逛实体
店买不到或嫌贵的商
品,去网上一搜,就算
是再稀奇古怪的东西,
也能在各网购平台找
到,商品页面是一划
划不到底,总有一款包
你满意。

为啥?分析一下,线
上经济是基于互联网
产生的经济现象,具
有开放、低成本、跨
界融合等特点。尤其
是在“90后”“00后”
跃升为消费主力军的
当下,网购早已成为
大众生活和消费的重
要形式。

快捷、便利是其巨
大优势之一,此外,各
大电商平台做生意的
对象是全国乃至全世
界,这也意味着,入
驻其中的商家根据任
何风潮卖货,

多多少少都会被人
看到,也能得到平台
的曝光和支持,容错
率更高,且虚拟店铺
没有房租水电等压
力,只需要一台电
脑,就能打破地域限
制,通过一根网线就
能流向整个网络世
界,“活力”极强。

如果将线上经济比
作是海,那么对于多
数实体店,其经营方
式和产品销售则是池
塘,区域性很强,极
易受当地环境、人
群影响,加之租金、
货品积压成本等,就
像一些人感慨的,
不是没梦想,实在是
容错率太小,有些折
腾不起来。

不过,虽说这几年
线上发展的趋势显
著,但是产品质量参
差不齐、维权难、恶
性竞争等缺陷也挺
多。而且,线下潮流
有不少是线上所无
法复刻的。

打个比方,前段时
间,周杰伦举行演唱
会的四天时间里,杭
州全市接待外地游
客472.2万人次,演
唱会

直接带动杭州消费
13.16亿元,这就是
线上无法完成的;还
有如“地摊经济”
的爆发,不少城市
的“夜市”汇聚起
人气,拉动了当地
的消费等。种种情
况表明,有区域性
也并不是什么“硬
伤”,反而是线下
经济独有的“烟火
气”。另一方面,
从消费者角度来看,
线下经济的服务与
体验也是线上所
无可替代的。走进
实体店,消费者可
以获得更真实的购
物体验,也能享受
到更有人情味的服
务。

但无论是涌向线下
还是流连线上,要
笔者说,也别总想着
比个输赢,两者从
来不该是竞争关
系。

“百花齐放”没
什么不好,经济场
景的多样化,都是
为消费者多样化的
产品诉求所服务,
各自绽放精彩的
同时,也能在相融
、碰撞中,爆发出
更多可能性,共同
推动经济发展和
社会进步。