

# 冲吧！为青春点赞，为梦想加油

## 真蝴蝶能给乡村共富工坊带来什么

### 湘湖时评



■本报评论员 王俞楠

6月7日至10日，2024年高考、选考即将举行。那些努力奋进的年轻身影，是这个初夏当之无愧的主角。面对这场即将打响的“青春战役”，请回想那些青春无悔的响亮誓言，坚定地相信自己，奋力向前。加油，相信自己。清晨的早读，深夜的奋战……

为了这短短几天的考试，你已经努力了快十年，一点一滴的积攒都是你奋力向前奔跑最大的底气。

尤其是三年的高中生活，考不完的试卷，背不完的单词，写不完的模拟题，这一切都即将与你告别。现在，到了证明所有努力的时刻。再往前一步，过去的种种努力，将在这个夏天开出最绚丽的花朵。

步入考场，或许你会紧张甚至焦虑，这都没有关系。

要知道，如今早已不是“一考定终身”的时代，考试成绩也不再是实现自我价值的唯一依据。拉长人生的镜头，不难发现，没有人会因为一场考试赢得所有，也没有人会因为一场考试输掉一生。

面对考试，你要做的是仔细审题，切忌陷入思维定势。有老师说过，面对考题，要注意客观立场，关注眼前所看到的题目，而不是所背

的知识或以前做过的题。

同时，你也要学会放弃，不会放弃的人就不会考试。要学会理性考试，敢于放弃，对于从来就不会的题(或某几个小问)或没把握做对的弱项题目，不妨学会放弃，以节省时间。

当然，还有规范答卷，力求简洁，工整，有条理，书写要规范，表达要清楚。不要丢掉自己不该丢失的分数。

如今，面对高考还有不到一周的时间。

或许你真的疲于各种联考和作业，或许放弃的念头在脑海时不时的打转；或许经过紧张有序的高三总复习，认为高考的成败已成定局……但要知道，“放弃”二字15笔，“坚持”二字16笔，有时候放弃和坚持就在一笔之差。

有一道法国数学推理题叫“荷花塘之谜”，这在心理学上，被称作

“莲花效应”，指的是在最接近胜利的时候，是最需要坚持的时候。高考前一周，“既短暂，又漫长”，对考生来说，无疑是至关重要的。养兵千日，用兵一时，最后一周就是荷花占满池塘的过程。

临阵磨枪，不快也光。要利用这最后的时间，突击重点，攻克错题、调整心态，不论干什么，就是不要轻言放弃，坚持，再坚持一会儿，或许就能起到令你意想不到的效果。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。奋斗，是青春最亮的底色。努力了，就不会有后悔。无论结果如何，离开了高考考场，生活还有无限的可能，等着你去探索、去创造、去实现。

愿广大考生放下心理包袱，坦然从容赴考，遵守考场纪律、诚信正直参加考试，发挥应有水平、挥洒青春风采，不负韶华！



■本报评论员 靳林杰

村里的共富工坊到底是不是“花架子”，徒有“空壳子”？

如今，浦江镇的“浦江伊家·共富工坊”又交出了新的成绩单。从今年1月开始试运营的“浦江伊家”蝴蝶花坊里，已经有了涵盖十多个品种的几百只蝴蝶在此生长。此外，资深“蝴蝶达人”和不少当地妇女也已经上岗。据了解，通过培训，当地妇女可以从事蝴蝶标本制作、文创产品生产等工作。

以标本制作为例，制作步骤分为展翅和装裱，制作一个完整的标本可以赚2元到5元。培训完上岗的妇女一天一般可以做四五十个，可以在工坊做，也可带回家做。粗粗计算，一天下来，可以获得一百多元的收入。

共富工坊设立的初衷，是为了实现共同富裕，让更多人能够参与其中，实现增收致富，说白了就是能够“赚到钱”。此前，浦江镇的共富工坊依托鞋业来料加工行业，成果就已经可圈可点，让不少人获得了更多的收入。

事实上，浦江镇是“中国麻编工艺鞋之乡”，共富工坊靠着鞋业来料加工“起家”，显然是明智之选。首先，浦江有很好的产业基础，鞋类企业和工坊可以参与其中，不少企业遇到生产旺季，确实存在人手不足问题，工坊里的人“有活可干”。其次，工坊吸纳镇里的闲置劳动力，形成了“集聚效应”。有了“劳动力库”，可以让更多群众参与工作，多一份收入。更重要的是相关部门的牵头，让办事效率大大提升。

前有鞋业来料加工的试水，已经取得了一定的成功，也收获了较多人的口碑。而如今，共富工坊选择踏入蝴蝶花坊的运营，这波“跨界”是否是深思熟虑的正确选择，或许还得交给时间来验证。但从目前来看，乡村共富工坊建设的探索，的确需要这样的“大跨步”。

根据计划，“浦江伊家”蝴蝶花坊的发展目标是打造集展览、研学、旅游为一体的蝴蝶主题小景区，并以此吸引周边游客。届时，蝴蝶花坊将会需要更多的劳动力，不仅仅是蝴蝶养殖、标本制作这类岗位的劳动者，还会需要如服务接待等岗位的劳动者，对劳动者的吸引力显然还会增加不少。

带动更多人尤其是妇女群体在家门口就业，这是浦江镇巾帼共富工坊发展的初衷之一。通过越来越多好项目的引入，吸纳更多劳动力，并能切实提高更多人的收入，这是实现共富的绝佳路径。

如此来看，真蝴蝶能给乡村共富工坊带来什么？值得肯定的是，这确实是一种探索共富路径的美好尝试，能够为乡村共富之路注入更多动力。相关部门也可以在更多领域进行尝试，加强调研，积极探索，吃上“头口水”。而引入一定的市场力量，也能够为共富探索注入更多活力。

共富工坊的建设，应该是更有活力的、探索更多的模式，也能够让更多人加入其中，实现家门口就业，家门口致富。浦江的蝴蝶，能否实现共富“化蝶”，我们有理由期待。

## 别让电话手表绑架了孩子和家长



■首席评论员 俞海波

和成年人的手机一样，电话手表如今成了很多学生的标配。临近暑假，孩子的学习生活用品进入“换季季”，不少家长遇到了关于电话手表的烦心事：孩子一定要买小天才最新款Z10电话手表作为暑期礼物，别的型号都不行。而这款Z10售价高达2299元，相当于一款全新手机的价格了。

根据宣传，该品牌电话手表中，Z系列是高端产品线，其中上代旗舰Z9是1999元，本代旗舰是Z10，一下子涨了300元，这是因为多了一些如国外漫游等功能。Z系列产品都具有楼层定位、情绪检测、闪光灯夜拍、双频卫星定位系统等功能。家长可以在手机上看到孩子的心情好坏，楼层定位能精确到房间号，看起来很高大上是不是？但实际上，这只是在手表上安装了心率、血氧、气压、加速度等传感器，再结合大数据模型实现的预测算法，技术上并不高深。

这就是很多家长感到烦恼的原因。这些看似繁多的功能，其实大部分不过是时下手机的标配而已，当成卖点，就不免让人有被“割韭菜”之感。按当前的手机市场价，2000多元已经可以买到一些国产品牌的高端机型，相比之下，当然会觉得不值。

然而以“小天才”为代表的电话手表的高明之处，就在于其高明的营销手段。电话手表在营销上通常会对产品购买者和使用者使用不同的宣传手段。对购买者“攻心为上”，投家长所好，大力宣传电话手表安全、定位、容易控制、方便沟通等优势，让家长认为有必要购买。

对使用者，则使出“杀手锏”——社交功能。“小天才”特有的微聊应用，设计了一个场景——碰一碰加好友，这个极富仪式感的社交行为促成了孩子之间的身份认同。微聊不仅能帮助孩子迅速构建社交圈，还具备了通话聊天、加好友等加强社交黏性的功能，很大程度上促进了使用同品牌产品孩子的抱团行为。碰一碰加好友只能在同一品牌手表上实现，其他品牌的电话手表无法加好友，进不了社交圈，自然而然就会产生排斥现象。佩戴其他品牌电话手表的孩子往往容易被排挤甚至是孤立。可以说，孩子们其实已经被单一品牌电话手表所绑架。

孩子被绑架进一步影响了家长的购买选择。家长因为孩子，也会更倾向于购买同一品牌的电话手表，哪怕很贵，性价比很低，但为了孩子的社交，也只能咬咬牙硬上了。

从电话手表成功占据学生市场也可以看出，电子产品大潮侵入校园，家长和学校是被迫应战，节节败退。从严格禁止使用的产品到变相允许使用再到可以公开使用，电话手表可以说是大获全胜。那么，孩子和家长是否从中获得了足够的益处，来抵消其负面影响呢？

家长使用电话手表的初衷，是为了安全和监督。获得孩子的实时定位和通话，这两个需求在电话手表上可以轻易获得满足。这是电话手表带来的益处。

但是，显然厂商并不满足于做好基本功能，在一次次硬件升级、功能拓展中，如今的电话手表可以通话，可以发信息，可以装App，可以看电视，可以玩游戏，实际上已经跟手机无异。这也导致一些孩子沉迷社交聊天、加好友、玩游戏等，分散了注意力，社交圈的划分也涉及攀比、排挤，不利于孩子形成健康的人格。

这种情况下家长还为孩子买电话手表，认为不会影响学习和生活，无异于自欺欺人。同样，学校在明显弊大于利的情形下还不实施电话手表禁令，则是对学生的不负责任了。因此，有必要及时实施校园电话手表禁令，禁用多功能或智能电话手表，及时为家长和孩子“解绑”，让电话手表回归纯粹的功能，从源头上切断孩子之间的攀比和排挤，防止他们沉迷社交圈以及养成注意力容易分散的习惯。

## “留痕”不重要，“留心”才重要



■社会评论员 徐茹茹

前段时间，家里老是能听到一阵一阵的低频噪音，我在房间里仔细寻找过，也没有找到源头。我担心是附近小区的公共设施出了故障，存在安全隐患，于是在小区业主群里@了一下物业，希望他们能帮忙去排查一下。

接到我的反映后，物业安排两位保安上门来了解情况，当时我在另一个房间忙碌，是我老公去开的门。

因为天气热，我老公当时上身赤裸，通过猫眼看到敲门的是两名男保安，他也没多想就把门打开了，隔着半开的门回答保安的问题。保安也没有要进来查看的意思，就只是一边询问一边用手机录像。

由于此时那个声音又没有了，所以我老公实事求是地说，这个声音本来就是时有时无的，这会儿没有了，可能过一会儿又会响起。问完了，两位保安就离开了。临走之前，拿着手机录像的保安又追问了一句之前已经问过一遍的话：“确认没有声音是吧？那就好，没有就好。”

事情至此，都还算正常，可接下来发生了戏剧性的一幕，让我们夫妻俩都觉得又好气又好笑。因为保安竟然直接把我老公赤着上身的视频发到业主群里了，幸好因为光线很暗，看不清我老公的面目。

我要求保安赶紧把视频撤回，并质问他为何这样做。结果视频过了时限撤不回了，而保安的回答更让人生气：“我们给你处理事情，有错吗？”

业主反映问题，物业首先想到的不是解决问题，而是上门用手机

机拍提出问题的业主。这种做法，乍一看很奇葩，但其实他们的逻辑很简单：既然解决不了问题，那就解决提出问题的人吧。打通这一逻辑的手段就是“留痕”——用手机拍下来，有图有真相，问题就算解决了。

因为物业管理上的问题，业主与物业之间经常有争执，相信这是很多小区都存在的现象。物业可能会碰到胡搅蛮缠的业主，有理说不清，于是就学起执法人员的做法，全过程录像。保安之所以在录像时一再跟我老公确认“声音没有了吧”，就是为了以后我再反映问题时，他们可以回复我：我们安排人现场看过了，你老公都说没有声音了。言下之意就是，我们工作做到位了，是你乱投诉。

对于物业公司来说，他们每天都要面对业主大量的投诉，其中有

很多确实是很难解决的，解决不了又会被业主骂，怎么办呢？那就全程“留痕”吧，这不仅可以用来对付业主时自证，还可以作为衡量员工工作有没有做到位的标准。

现在有很多单位都迷信这种“留痕”管理。工作做得好不好，“留痕”说了算，这个“痕”，可以是视频、照片，也可以是打卡记录、文件记录之类的。把“留痕”作为一种管理手段本来没有问题，但过分迷信“留痕”，工作本身做得好不好反而不重要了，这就背离了初衷。可以先把工作做好，再拍照“留痕”嘛，怎么能只顾“留痕”，工作都不去做了呢？

回到笔者的这次遭遇，其实保安上门来，如果不是急于录像，而是周遭认真检查一遍，并跟我老公好好沟通，表示已经仔细检查过了，暂时没发现问题，后续会继续

关注，随时上门，我相信这样的态度，绝大多数业主都能接受，没有人会胡搅蛮缠，一定要他当面马上解决问题。

但把视频发到群里的做法，反而是无端激化了矛盾，旧的问题没解决，还一手制造了新的问题。根据《民法典》，这种未经业主允许，擅自将拍摄有业主形象的视频发到微信群里的作法，实际上已经涉嫌侵犯业主的人格权。物业本来是要为业主服务的，现在变成了打着服务的名头去侵犯业主的权利了。“痕”倒是“留”下了，却也给业主“留”下了物业不作为乱作为的糟糕印象。

工作就是在不断解决问题的过程中推进的，要真正解决问题，关键不在“留痕”，而在“留心”。心不在事上，“留痕”只会留下一地鸡毛。

## 瑜伽行业之痛何时休？

首先是瑜伽“寄居场”的变化。虽然近年来瑜伽馆越来越多，瑜伽裤外穿也开始流行，但大众对瑜伽和瑜伽体式的认知依然是浅薄的。

其实，初期的瑜伽修行者都是颇具智慧的修行者，他们常年在喜马拉雅山下修炼，“发明”了瑜伽体式。这跟中国古老的导引术基本是同一个源头——内景实证。瑜伽体式只是瑜伽的一支，一开始是向印度的王公贵族传播，到了上世纪五六十年代才向欧美传播，而上世纪八九十年代则向我们国内传播。当一个极端小众的“修炼术”，顺应时代的“善巧方便”，走进大众的生活，就褪去了原来的面貌，成为了经营的一个工具。

到如今，早期迅速扩张的瑜伽连锁大馆模式，已经不适应现在的市场。在2020年之前，有意尝试瑜伽的消费者还挺舍得花钱，有些人动辄花费数万元购买私教课程。这几年，消费者办卡明显谨慎慎

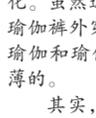
多，而大型连锁瑜伽馆的经营成本一直居高不下，收支失衡之下必然产生经营危机。

瑜伽大馆倒闭之后，市场上诞生了很多资深瑜伽老师开的小型工作室，基本是一人一馆，短期付费模式。这种模式一方面可以把经营成本降到最低，另一方面也可以跟会员建立更紧密的互动关系。这或许能让瑜伽最有机会回归其本源——小众的、师徒传播方式。也许，这是冥冥之中的一种淘汰或天选之路。

其次，瑜伽行业的信用度一降再降。卡莫瑜伽的忽然闭店，再度暴露“职业店人”的存在。据报道，卡莫瑜伽倒闭前一个月，还在以庆祝11周年的名义举办优惠活动，疯狂推卡，有会员购买的30次卡还没开卡就接到了停业通知。

这一举动再度透支了公众对瑜伽行业的信心。虽然，2024年7月1日即将施行的《消费者权益保护法实施条例》中，在强化预付式消费经营者义务时提到：“经营者决定停业或者迁移服务场所的，应当提前告知消费者。消费者依照国家有关规定或者合同约定，有权要求经营者继续履行提供商品或者服务的义务，或者要求退还未消费的预付款余额。”但遗憾的是，《条例》并没有指出具体保障消费者收到退款的举措。

由此看，未来还有可能出现预付卡消费维权难的现象。庆幸的是，杭州已上线了“安心付”产品，致力于加快预付卡消费市场化改革，已有多家预付式经营企业开始使用。如果瑜伽行业能设立准入条款，并集体加入“安心付”，就会给消费者带来更多的安全感，也能促使瑜伽行业向着更健康的方向发展。同时，在瑜伽馆练习的消费者也要提高警惕，特别是官方突然大幅度优惠预售次卡或年卡，名义也不是很正当，那就有可能是要倒闭的前兆，要留心自己的权益了。



■社会评论员 傅小婧

前阵子，小红书上就有不少关于卡莫瑜伽门店倒闭、会员退费无门的消息。6月1日，卡莫瑜伽也有了后续，其公众号发布了因资金断裂永久闭店的通知，并强调其“没有退费能力”。

卡莫瑜伽的总部在北京，在全国共开设30多家连锁直营场馆，是一个有10年历史的老馆了。老馆倒闭也不新鲜，这几年，大型连锁瑜伽机构倒闭的消息时有发生，比如杭州的静园瑜伽、醉瑜伽等。

相比于早教机构、美容院、健身馆等的闭店，瑜伽馆的闭店特别令人深思。