# 七夕节,感受“中式浪漫”的极佳窗口

湘湖时评

■本报评论员 靳林杰

热门的结婚登记日,七夕肯定算得上是一个。果然,今年七夕又成了结婚登记的大热门,仅在萧山,就有200多对新人完成登记。萧山区民政局婚姻登记处也专门推出“鹊鸣今夕 缘定七夕”专场活动,让这个独属中国人的浪漫佳节,更添甜意。

“七夕今宵看碧霄,牵牛织女渡河桥”,七夕的传说,在中国或许无人不晓。在这样的传统节日里,人们会幻想牛郎织女在银河相望、鹊桥相见,正所谓“有情人终成眷属”,这样的场景让人感到无比浪漫。

每一年的七夕都会成为热门的结婚登记日,不少新人为了能够预约上这一天结婚登记,都会早早计划,提前抢号。还有的新人戴上白色的头纱、穿上白色的裙子,或是穿一件红色的旗袍,在衣着上就用尽巧思。也有的新人会邀请家人见证,请上摄影师跟拍,记录下这难忘的一天。

领证结婚,是一件人生大事,而不少新人选择在七夕去完成这件大事,也是因为对这个“中式浪漫”代表性节日的仪式感的认可。在七夕,随意走进哪个婚姻登记处,都可以看到各种温馨浪漫的布置,许多脸上洋溢着幸福的新人,各种浪漫的形式都会被具象化。

而走出婚姻登记处,对于“中式浪漫”的偏爱,还有更多种表现方式。比如七夕凌晨,一群热爱跑步的人,在西湖群山里跑出“许仙和白娘子相会”路线,这条全长27公里的路线,用运动软件上的轨迹来看,就是一幅极为形象的许仙白娘子相会图。还有不少人在七夕早上的5点20分集合,一起跑全长13.14公里的玫瑰路线。

不管是选择在七夕扎堆登记,还是在七夕跑个浪漫的路线,这些都彰显了中国人对于七夕这个节日的偏爱。西方情人节传入中国以后,的确让很多人多了个过节的日子,但论起对七夕的认可度,似乎从未消失过,对“中式浪漫”的偏爱,是融进中国人血脉中的。

结婚登记偏爱七夕,这也正好说明了中国人对于传统节日的认可。我们常会议论,传统节日是不是会没了味儿?到底还有多少人在传承传统节日?仅从七夕的热度来看,大可不必担忧,传统节日会越过越有味儿。

七夕虽不只是一个关乎爱情的节日,但这却给了不少中国人一个抒发爱情的契机,正如网络上有人感慨,“积攒了一整年的爱意,终于可以在这一天抒发给爱人。”

事实上,关于七夕节日的传承,早已开始。2006年,七夕节被列入首批国家级非物质文化遗产名录,由此,关于节日更多的文化挖掘和习俗传承,都在不断进行。某种意义上来看,中国人是需要七夕节的,这是一个感受“中式浪漫”的极佳窗口,光是读上一句“迢迢牵牛星,皎皎河汉女”这样的诗句,就让人觉得浪漫极了。

# 为梦想拼搏,是人生最大的乐事

■社会评论员 徐如茹

最近,萧山姑娘、“00后”小将陈雨乐有点火,她是巴黎奥运会中国皮划艇队参赛年龄最小的运动员,也是首位获得奥运会参赛资格的萧山本土运动员。

今年才17岁的陈雨乐,12岁就进入萧山区少体校训练了,随后在2020年2月输送至杭州市水上运动中心女子皮艇队进行系统训练,2021年入选浙江省队集训。在2022年至2023年期间,陈雨乐在全国及大型赛事中表现出色,累计获得金牌10余枚。

陈雨乐能取得这样的成绩,与她5年来从不间断的艰苦训练是分不开的,这一点从她父亲的采访就可见一斑。

天赋只是一部分,关键还是个人的努力。一般而言,这个年龄阶段,其实是一个人玩心最重的时候,也是意志力最薄弱的时候,尤其现在的孩子,从小就生活在优渥的环境中,吃苦耐劳的能力普遍缺乏。由此观之,陈雨乐的坚持就显得更加难能可贵。

可是,又有哪一位走上奥运赛场的运动员不是这样熬过来的呢?与队友一起打破美国在男子4×100米混合泳接力项目上40年垄断的潘展乐,为我国拿下网球单打项目第一块奥运金牌的郑钦文,创造中国香港奥运史上最佳战绩的击剑运动员江旻憓、张家朗,他们拿下的每一块金牌,都浸透着汗水和泪水。

人生如赛场,赛场就是浓缩的人生。运动健儿在赛场上的身影,看起来那么英姿飒爽,就是因为他们散发着浓浓的拼搏之美。大家都被这种美吸引,是因为潜意识里希望成为这样的人,是因为在人生的赛场上,我们也都需要有这样拼搏的精神。这反映了人性中最积极向上的一面,因为只有积极向上的人,才会把为梦想拼搏作为人生的最大乐事。

很多奥运冠军不仅在奥运赛场上激情拼搏,在人生的赛场上也是一往无前。今年30岁的巴黎奥运女子重剑金牌得主江旻憓,这次拿到金牌后就宣布结束全职击剑运动员生涯。她的运动生涯也许结束了,但她的人生赛场还有着无限可能,只要看一眼她的履历就知道她有多优秀:美国斯坦福大学国际政治学士,中国人民大学法学硕士,香港中文大学法律博士生……也正因如此,有媒体赞誉江旻憓是香港精神的象征,江旻憓和张家朗的“金牌效应”甚至带动香港掀起了一股击剑热。

法国思想家帕斯卡尔说,人是被废黜的国王。他认为,人具有高贵的灵魂和精神追求,但在现实生活中,人们往往受到各种欲望和外界因素的影响,失去了内心的王位。人的一生都是在为恢复失去的王位而斗争,为梦想拼搏就是这斗争的一部分。

人生的赛场比奥运赛场难多了,对人的考验也大得多。为了抵过岁月漫长,人生不同的阶段需要不同的榜样来激励,需要用奥运赛场上这样的体育精神来激发我们拼搏的激情。

最近杭州还有一位叫做徐艺铭的95后姑娘也出圈了,她是一名银行职员,同时还是一名马拉松爱好者,她幸运地被抽中获得了参与本届奥运会大众组马拉松的资格。跟大多数普通上班族一样,她笑称自己只能利用“夹缝”时间跑步,这个爱好不仅锻炼了身体,还帮助她消化掉了生活中很多的烦恼。无论徐艺铭最后在奥运赛场上取得怎样的成绩,其实已经不重要了,这个过程就足够精彩。所有勇于为了自己的热爱去坚持的人,都会找到属于自己的精彩。

人生的赛场上,即便你拼搏到最后,往往也不会有人给你发一块“金牌”来奖励你的努力,但那又有什么关系呢?享受过程,你就是自己的王者。

## 小心“蜡瓶糖”

近期,“蜡瓶糖”悄然在小学生中流行,这是一种蜡壳夹心糖果,咬一口就能“爆浆”。其售价比普通的糖果贵不少,一小盒只有五六颗,就要五六块钱。

此前,知名博主对四款“蜡瓶糖”进行检验,发现有两款“瓶蜡糖”不含蜂蜡成分,其中一款有机污染物多环芳烃含量超标。家长对这类爆款零食还是要小心,要注意查看配料表信息,不要购买“三无”产品。

漫画 俞钦洋

# 为特殊孩子多开一扇窗

■本报评论员 王俞楠

暑期,各类夏令营活动又热闹了起来。在萧山区残疾人综合服务中心的操场内,一个特别的夏令营——残疾人青少年暑期训练营也即将步入尾声。

正如训练营的名字一般,参加的12名孩子都很特殊,大多有听障、视障或肢体障碍等。他们中,年龄最大的23岁,最小的9岁。

一个月的训练营里,由专业老师悉心执教,设置了短跑、铅球、跳远、羽毛球等体育项目的体能和技能训练,以一天两练的形式,全面提升孩子们的身体素质。

训练是有目标的。训练营结束后,学员们将参加杭州市残疾人青少年田径比赛,如果表现突出的话,将接受更高级别的专业培训。

对这些特殊孩子来说,参加这个训练营,是他们一次难得的机会。

去年,“00后”萧山姑娘姚依楠拿下了亚残运会跆拳道女子K44项目的冠军。由于意外导致右手功能不完全,没有力气,不会活动,姚依楠被诊断为肢体三级残疾。被迫成为“左撇子”的姚依楠,并没有因此丧气。2018年,姚依楠被选中参加区全民运动会残疾人组田径比赛,赛后被省队选中去田径队专职练习田径项目。就这样,体育成为了姚依楠人生路上的一扇窗。

姚依楠的成功,让更多人看到了特殊孩子成就自我的一种可能性,也激励了不少特殊家庭重拾信心。

笔者了解到,萧山区残联每年都会组织开展全区残疾人青少年暑期训练营,这不仅是为了培养残疾人青少年参与体育运动的热情,鼓励他们走出家门,同时也是为了筛选、发掘残疾人体育好苗子。

此外,萧山还做了不少其他的工作。首先是在保障特殊孩子的学习上,2020年,萧山将特殊少年(儿童)招生工作,从原先的3到15周岁,扩面至3到18周岁,真正实现了区域和学段的全覆盖,同时通过招生各阶段工作的细化,确保入学率的提升。目前,我区已实现残疾儿童100%的入学率。同时不断增加各类配备感统训练器材、儿童读物、沙盘、蒙氏学具、语言训练卡等资源教室的数量。

除了学校的专业教育,送教上门工作也实现了全区“规划”。如区残联及时提供适龄残疾儿童少年的信息资料,并为有康复需求的送教对象定期提供康复器具和康复服务。区卫健局支持做好残疾儿童少年的评估诊断和医疗技术支持,社区卫生服务中心配合相关学校做好送教上门的医教结合服务等等。

有人说,每个特殊孩子都是一只孤独流浪的“52赫兹鲸”。因为与生俱来的“特殊”,被迫活在自己的世界里。为了融入社会,他们不得不通过长年累月的训练,竭力靠近普通人类的频率。或许,作为一个普通人,我们能做的就是,在这些人靠近的时候,多一些善意,多一些帮助,让他们的这扇窗开得更大一点,更久一些。

## 奥运场外帐篷的“圈粉”秘籍

■社会评论员 傅小慵

在巴黎奥运会赛场上闪耀的是为国争光的中国运动员,赛场外则激荡着“中国制造”的旋风。很荣幸的是,萧山一家企业制造的产品也亮相其中,那就是比赛现场和赛会周边使用的白色户外折叠帐篷。

小小的户外折叠帐篷能批量“圈粉”海外,首先依仗的是中国制造的超高性价比,也离不开在细分赛道的持续做精做优。

这家企业“隐居”在河上镇璇山下村,全名杭州澳辰帐篷技术有限公司,主营帐篷和户外用品,多年来主攻外贸市场,特别是欧洲市场。因为那边经常举办赛车、展会、促销会等活动,用到户外折叠帐篷的机会很多。澳辰公司就是紧紧抓住户外折叠帐篷这个细分赛道,多年来一直在设计研发上投入大量时间和人力。特别是研发了充气帐篷,解决户外使用持久性问题。

其实,从民用消费品的发展趋势看,“更有性价比”已经逐渐超出用料质量对比的单一维度,而是将时间、精力、情绪等无形成本也纳入对比维度。无论国内还是国际市场,“消费平替”的风口越来越明显,这种趋势的出现绝非偶然。

在这背后,正是一众厂商“战力”提升的结果,很多企业特别是国内很多外贸企业,在成长过程中,练就了抗衡国际大牌、重塑市场格局的能力。他们从为国际品牌代加工的角色中逐步蜕变,拥有了自主品牌,并勇敢掘金“高定”赛道,让充满自信的“中国制造”遍布全球。

近年来,一批又一批中国产品在世界范围内实力“圈粉”:从中国的新能源汽车、智能手机,到中国的线上购物平台,再到中国的网络文学、网络热播剧……这背后既有技术的突破和产品的创新,更是文化自信的表现。

先行者们用勇立潮头、敢闯善拼的实际行动,为更多的中小企业和年轻品牌打开国际市场的大门,点燃了“国货”逆袭的希望之火。在国际市场的比拼中,我们的企业深刻地认识到:未来的赛道不可胜数,但最终都要靠实力说话,如果没有准备利用创新的思维去解决不断更新的应用场景需求,只依赖低质廉价产品或只会跟在别人后面模仿“山寨”,永远不可能拥有市场话语权。

澳辰为萧山企业出海树立了一个很好的范本。广大企业要练好“弄潮功”,在研发、生产和品牌端建好更坚固的“护城河”,延长价值链;要做好创新文章,通过产品改造提升与制定品牌策略,生产出高品质、符合市场需求和潮流趋势的产品;还要多渠道出击,让创新产品触达更多销售端口;更要用中国式创新思维讲述品牌故事,让更多的海外朋友认识、理解并认同中国品牌、中国文化。

## 羊毛不该出在猪身上

■首席评论员 俞海波

近日,网传视频显示,山东青岛一导游因游客未购物而发表地域歧视、侮辱游客的言论,还称“如果你穷,你在家里不要出来,出来就是你的错”,此事引起了公众的广泛关注。

8月11日,青岛市市南区文化和旅游局发布通报称,针对网传“一导游在旅游大巴车上因游客未购物态度恶劣对待游客”视频,市南区立即成立调查组展开调查,下一步将根据调查结果依法依规进行处置。

其实,近年来,导游折腾游客的新闻已经屡见不鲜,不仅有侮辱、谩骂游客的,甚至还有威胁、恐吓游客的,可谓无奇不有,几乎成了行业的标签。

一个个爬到消费者头上作威作福,这还是服务行业吗?一个正常的服务行业,服务人员不应该和颜悦色,说话动听,用服务到位+充分共情+温馨话术,让游客心情舒畅,心甘情愿掏钱消费吗?

旅游业如此乱象,离不开一种长期痼疾——低价团。这类旅游团往往以低价为噱头,吸引贪便宜的顾客,引导他们在旅游途中购物,尤其是价格不透明的如玉石、丝绸之类商品,以引导购物的高提成覆盖游客食宿出行成本。

经过媒体及社交平台多年曝光,这套路如今可以说是尽人皆知。低价旅游团恶名远扬,一般人避之唯恐不及。如今,愿意报低价旅游团的消费者,大概率是软硬不吃的“滚刀肉”,就是冲低价旅游包吃包住来的,额外掏钱买东西一分没有。购物提成全没着落,难怪导游被气得破防,直接对游客出言不逊。

很明显,从运营模式来说,低价团是“羊毛出在猪身上”。在该模式中,旅行团成本的大头是游客的交通、住宿和餐饮费,以及导游司机的工作酬劳。游客的食宿总要维持一定水准,不然人家都不会来,那么要拼命压缩的只有人力成本这块了。导游和司机一般只有低得可怜的基本工资,想要挣更多的钱,只能从购物提成里动脑筋了。导游与购物商店形成了重大利益同盟,有足够动力把游客当肥羊,狠狠薅一笔。

在这种模式里,导游其实是为购物商店服务,并不在意游客的评价。导游必然选择优先赚钱,服务好游客什么的就顾不上了,关键是别挡财路,不愿意花钱购物的游客就很让人头痛。所以,导游的训斥辱骂威胁,是希望游客识相一点,乖乖把钱掏出来,天下没有免费的午餐,吃住游上面已经占了便宜,其他方面就要出点血了。

正因如此,低价旅游团模式,不仅是损害了游客的权益,还有更深层次的危害,应该持续进行大力整治。

一方面,其扰乱了旅游市场的正常秩序,挤压了正常旅游团通过服务游客赚钱的合理途径,也就是说,这是劣币驱逐良币,把老老实实做生意的商家给挤出去了,对旅游市场的发展是十分不利的。

另一方面,其将人力成本转移的套路,更是行业的毒瘤。众所周知,服务行业的最大成本,就是人力成本。转嫁人力成本,意味着市场将陷入无底线竞争,从竞争中胜出的只可能是将人力成本压低至极致的低价团模式,从业者因为低工资必须作恶,“失之东隅收之桑榆”,否则不能保障其收入。而消费者则面临数不清的套路,以及免不了的狠宰一刀。

低价旅游团屡屡“春风吹又生”,消费者也有一定责任。我国服务业发展虽然非常迅速,但不少消费者的观念还处于老版本,没有形成“服务体现价值”的观念,对劣质服务的容忍度非常高。即使到现在,也还是有一些消费者愿意忍受低价旅游团的低劣服务,让这条狠榨游客的产业链得以延续。低价旅游团的绝迹,还是要等到绝大部分消费者更在意自身体验和服务质量的时候。一个正常的市场,羊毛还是要出在羊身上的。