

油菜花+火锅，乡村这个背景板能出奇效

湘湖时评



■本报评论员 林青颖

最近萧山出了件新鲜事——所前镇山里王村的梯田油菜花旁，海底捞竟然支起了帐篷来“摆摊”，搞起了“火锅+露营”的生意。游客们涮着毛肚，抬头就是金灿灿的花海，这样的场景，任谁见了都得说够惬意。

“露营”“摆摊”不稀奇，有意思的是，像海底捞这样的知名品牌，居然也会把目光投向了小乡村。要知道，放在过去，品牌都是可着劲往商场，往城市中心地段跑，现在倒反过来了，不仅愿意“下乡”了，还根据乡村特色，玩出了新花样。

说起来，近两年，餐饮类品牌“下沉”也不算是新鲜事了。从奶茶咖啡到火锅正餐，大大小小品牌都在往县城、往乡村跑，消费者也从一开始的新奇到见怪不怪。而且，早期那种知名品牌为县城带来流量的单一印象也已消失，如今正呈现的是种双向赋能的态势。

总结来说，就是乡村的“含金量”越来越高了。

这一转变的背后，不得不提的，是乡村振兴战略的持续深化。都说“打铁还需自身硬”——有了肥沃的土壤，才能吸纳新业态。从“千村示范、万村整治”到“千村精品、万村美丽”，再到“千村未来、万村共富”，随着“千万工程”不断迭代升级，乡村早就摆脱了土、旧、破的形象，无论基础设施的“硬件”还



漫画 俞钦洋

是文化氛围的“软装”，都有了质的飞跃。

其次，乡村自带“生态流量”，即能利用其天然生态环境，将其转换为流量风口。以山里王村为例，凭借一片梯田油菜花，不仅登上央视，还成了网红打卡地；再比如，去年临浦镇横一村柿子红了之后，周末一天就有上万名游客涌入……这些案例都说明，当“天生丽质”的乡村美景遇上人们对“新鲜空气”的渴望，只需一个展示的窗口，就能火爆全网。

更难得的是，乡村保留着难以复制的文化基因。今年春节时，萧山各村的龙马灯、板凳龙、布龙灯等极具年味的民俗活动吸引了众多人的目光，许多人还从城里跑去

村里，只为一睹其风采。而这些民俗活动，不仅展现了深厚的传统文化底蕴，更提供了城市无法复制的文化体验。

多种优势叠加，既构成了乡村核心竞争力，亦展示了其广阔的商业价值。从这个角度看，海底捞这波操作，与其说是去“下乡”，不如说是“抢位”——在乡村文旅新风口上，抢占先机。

当然，品牌的加持，也必然会为乡村文旅带来新的气象。两者相遇，能发挥出“1+1>2”的强大力量。一方面，知名品牌的入驻，在打响乡村名片的基础上，推动了文旅业态的创新；另一方面，乡村也为品牌提供了流量转化以及探索场景化餐饮新模式的场所。

不过，需要注意的是，油菜花将迎来花期的终结，如何突破季节性与时周期性的束缚，使“网红效应”持续发挥效力，成为乡村亟待破解的课题。这或许需要打好两张牌：特色与品质——既要深入挖掘地方资源，将如生态、文化、设施、服务等要素有机融合，打造独具特色的乡村文旅IP；也要持续升级产业和提高公共服务水平，不断培育乡村新兴产业新业态，持续优化乡村文旅的品质。

其实，无论是乡村还是品牌，都渴望长久且稳定的“流量”。而从“一时红”迈向“一直红”，需要时间的沉淀，也需要更长远的布局。我们也期待，越来越多的“海底捞”能够走进乡村。

与班味和解 也许只需要一点小惊喜



■本报评论员 王俞楠

在节奏紧凑的现代职场，“班味”一词悄然兴起，成为众多上班族对自我状态带有自嘲意味的描述。

究竟什么是“班味”呢？

具体来说，“班味”是一种由长期工作压力与单调职场生活催生的综合气质。上班久了的人可能都会有这种体会：不知道什么时候开始，对

工作变得厌倦，精神状态疲累，即使过了一个周末，也还是提不起劲来。

互联网上，很多网友这么评论“班味”：“只要上过班我们就脏了，变得‘班味’很重”“‘班味’这东西一旦沾染上，就再也去不掉了”“自从上班以来，我不光面相变了，颜值直线下滑，精神也岌岌可危，一点小事就破防。”

为了让职场人与“班味”和解，萧山区工人文化宫推出了“班味和解计划”。

日前，先临三维科技股份有限公司的职工们就率先感受了一把。沿河小公园里，职工K歌区成为大家释放激情的舞台，平日里被工作压抑的情绪在歌声中得以宣泄；拍照打卡区满是欢声笑语，职工们用镜头定格下美好瞬间，为平淡的工作生活增添一抹亮色；沙包游戏区充满竞技乐趣，职工们在游戏中忘却工作的疲惫，享受着轻松时刻；绘画区则为职工提供了一方宁静天地，让人沉浸在创作中，舒缓内心压力……一个半小时的时间里，不少员工表示，这样的时光让他们在紧张的工作中感受到放松与温暖，完成了一次高效的“精神快充”。

与“班味”和解，难道只需要一场活动吗？

首先，这次活动的设置为职工们提供了情绪宣泄的出口。职工们在声乐老师的带领下热情高歌。唱歌这一行为本身就能刺激大脑分泌多巴胺，产生愉悦感。通过放声歌唱，职工可以将工作中的紧张、焦虑、疲惫等负面情绪随着歌声释放出来。

同时，活动现场整体呈现出的欢乐嘉年华氛围具有强大的感染力。拍照区有五彩斑斓的布置，充满创意的道具，沙包游戏区充满竞技乐趣，这种愉悦的氛围如同一种“正能量磁场”，将职工们从工作的沉闷中拉出来。还有，“班味和解计划”中的活动涵盖了拍照、唱歌、绘画、运动多个领域，也满足了职工的多元需求。

当然，这场没有预告的“快闪活动”本身就是一个小惊喜，给日复一日的上班時間帯去了不一样的色彩。妇女节时，单位门口的一枝鲜花；午饭中，食堂里突如其来的加餐；桌椅等办公设备的升级……这些生活中的惊喜，或多或少会成为冲淡“班味”的调节器。

据悉，我区“班味和解计划”一经推出就受到基层工会的热烈响应。接下去，区工人文化宫还将走进10家企业，为职工们提供工位半径内的文化补给。我们也期待这样的小惊喜可以走入更多的企业。

“班味”一直存在，当下成为热词，其实也只是面对职场的波涛汹涌，这代青年展现出的自嘲与幽默，将挑战转化为乐趣的源泉。“既然无法改变风的方向，那就调整帆的角度”，以轻松的方式释放压力。

在此分享一个网友的去“班味”三步曲：第一步，上班要给自己期待；第二步，工作中给自己一些短暂喘息；第三步，用好周末，提前做好假期规划，同时保证充足睡眠让身体充分休息。

实战导向 方能产生技术裂变效应



■本报评论员 周珂

日前，两项由萧山区首届青峻工程师曾康、江腾飞、杨磊协同攻关的民航跨界技术革新成果落地，以具体产品诠释了区域产才融合促新活力的生动实践。

这背后折射出的，正是萧山区以实战为导向的卓越工程师培养体系带来的裂变效应。卓越工程师作为高水平创新型人才队伍的重要组成部分，是实现高质量发展的中坚力量。

战场选良将。将从何来？

萧山卓越工程师每年遴选一次，同时遴选一批卓越工程师后备人才认定为青峻工程师，每次最终认定各不超过30名，在相应培养单位完成继续教育、项目攻关、课题研究、产业化实践等培养方案规定的目标任务。

沙场练精兵。卓越工程师的培育工作围绕萧山区“2+3+X”新制造业体系，实施“1+3”培养模式——1个卓越工程师培育基地，工程师协同创新中心、头部企业实训基地和协同高校院所等三大平台，让工程师在产业生态中快速成长，梯次培育一支衔接紧密的工程师队伍。

不同行业的工程师在培养中相互碰撞，擦出火花。比如，在首届青峻工程师曾康（长龙维修）与江腾飞（先临三维）的共同推动下，长龙维修与先临三维正式签署战略合作协议，以先临三维的高精度三维视觉测量技术为核心引擎，依托长龙维修的民航检修场景资源，共同构建三维数智化检测新范式，最终提升了民航检修的效率与精度。

可以看到，实际应用场景需求与实验室创新成果的结合，让被选拔的工程师既能立足产业痛点，又能触达技术前沿，激发突破性创新。这样实战育人的体系，形成了“人才成长—技术突破—产业升级”的闭环。

萧山的探索，不止于个案突破，更在制度建设层面形成示范。其实，补齐工程师队伍短板，就是“生态至上”的体现。以市场化思维破解企业难题，做好科创、金融等增值服务文章，实现产业与人才“双向奔赴”。

从数据也能看到，萧山区卓越工程师培育工作自2023年启动以来，共遴选、培育两批次卓越工程师，共培养卓越类、青峻类工程师近90名，已现场解决企业在技术研发过程中的技术难题57项，征集揭榜挂帅课题24项，形成了区域卓越工程师“育选用贯通”的全链条工作体系。

当更多工程师在攻克“卡脖子”难题中实现能力跃迁，在推动产业升级中完成价值兑现，我们终将见证“人才红利”向“创新红利”的质变。这或许正是破解人才供给侧改革难题的关键密钥：让实战成为最好的老师，让产业成为最大的课堂。在更多领域复制卓越工程师培养模式，构建“问题来自一线、方案产生一线、成果应用一线”的融合创新生态。

以“青年多彩生活”成就“青年向往之城”



■本报评论员 靳林杰

高铁上对着笔记本电脑不停敲字、咖啡店里谈论工作、公交站地铁站突然停步回复消息……快节奏的现代社会，加上通信手段的发达，让年轻人长时间将注意力投射在工作中，渐渐模糊了生活与工作的边界。于是，就有不少人想要暂时“逃离”工作，去享受自己想要的

生活。多彩生活成了当下不少年轻人的现实需求，有人选择去city-walk，有人选择去野餐露营，还有人选择去K歌释放压力。

回应年轻人的需求，不久前，“青年萧山十大标志性活动”发布，其中有莱福岛生活节、“XIAO漫潮”青年嘉年华、萧“竞”智力运动大赛、萧趣郊野运动季、萧“燃”篮球争霸赛等，音乐、动漫、电竞、运动，各种活动应有尽有。另外，中国视谷创新创业大赛、海归小镇·传化科技城科创生态大会、“社创乙萧”青年社会设计大赛则为青年发展搭建了更广阔的舞台。

“青年萧山十大标志性活动”的核心，就是让青年人的疲惫得到缓解，为青年创造更多留在萧山的理由。因为精准匹配年轻人的需求，这样的“多彩生活计划书”备受好评。

这份“计划书”绝非简单拼凑的娱乐菜单，而是一套精准的“生活解压算法”。细看活动内容，其实都很符合当代年轻人需求，每个人都可以根据自己的兴趣爱好，找到合适的活动。像是爱打

游戏的年轻人，可以一起组队参加电竞比赛；热爱运动的活泼青年可以去参加篮球、跑步等比赛；热爱艺术的文艺青年可以相约一起在现场高唱几句。这从一定程度上破解了传统人才政策“重职业发展、轻生活供给”的结构性矛盾，通过构建“8小时外”的社交网络、兴趣社群和情感联结，让青年群体从“职场牛马”回归“生活主角”。

如此看来，萧山能够推出“青年萧山十大标志性活动”，是实打实地从政府层面在努力营造良好的生活环境，努力多给点生活氛围，努力多让青年们休息好，这与萧山打造“青年向往之城”的目标也高度契合。

很多年轻人总是调侃自己为“牛马”，但实际上“牛马”并不是提高工作效率的密码，反而有时候会影响其他年轻人对当地就业生态的看法。“牛马”多了，反而会让很

多人想要逃离一座城市。所以，本质上来说，年轻人真的成为“牛马”，反而不利于企业留住人才、不利于城市留住人心。如此一来，政府部门帮助年轻人们一起享受生活，找到生活的主线，留住人才的成效更佳。

要成为“青年向往之城”，必然是宜居宜业的城市，以目前萧山推出的相关政策来看，在人才政策、创业就业、居住和生活保障等等方面都可圈可点，对青年有很大的吸引力，但抛开政策吸引，令人羡慕的生活环境、简约快捷的生活氛围，才是青年人来了萧山更愿意留下的秘诀。

总而言之，一座能为青年人推出各种活动，满足生活需求的城市，“能处”。相信萧山也将能成为更多人喜欢的城市，对于相关部门和企业公司来说，也应该更努力去探索更多适合的活动，让更多“打工人”们更喜欢萧山。

把“免密支付”的选择权还给消费者



■首席评论员 俞海波

近日，中国消费者协会发布消费提示，提醒用户网络购物谨慎使用手机“免密支付”功能。原因是，协会陆续收到消费者声称因“免密支付”功能导致账户资金被盗刷的投诉。

“免密支付”这一功能，在网络购物上非常常见，其设计的初衷，就是增加用户购物的便利性，以免因遗忘密码而耽误支付。

“免密支付”看上去很符合网络时代人们“一键式”直达的习惯，但细究起来，对于消费者来说，这似乎远远算不上是好服务。“免密

支付”相当于消费者直接授权平台从银行卡扣款，而且是事先绑定银行卡时的授权，等于授权完毕后平台方可以任意进行扣款，存在较高的安全风险。一旦用户的账号密码泄露或者手机被入侵，那么“免密支付”的账号就很有可能被盗刷。哪怕“免密”的额度较小，但积少成多，最终也会变成不小的损失。以牺牲资金安全来换取一定的购物便利，于消费者而言，并不划算。

所以，据《人民日报》报道，许多消费者其实并不是自己想开通“免密支付”，而是“它老弹出来，一不留神就开通了”“买东西时常常自动弹出‘免密支付’的窗口，不知道奥秘在哪儿”……也就是说，相当一部分人实际上是被购物平台诱导开通的。

无利不起早。我们很容易就能发现，消费者开通“免密支付”，购物平台才是最大的受益方。一方面，“免密支付”简化了操作流程，减少消费者网购时的考虑时

间，从而提升商品转化率，促进交易量的提升，进而提升平台活跃度，让平台的财报更漂亮。另一方面，“免密支付”有利于购物平台与银行的深度合作，共同分析和利用用户的消费数据，进一步优化用户体验，并为用户提供后续的金融服务等。因此，购物平台自然有动力百般诱导，甚至在支付页面上“贴心”地替用户勾选上了“开通免密支付”，消费者如果不仔细看，就着了道了。

开通了“免密支付”后，消费者还会发现另一个问题，就是“开通容易关闭难”。开通时“一键直达”，想要关闭时却困难重重，甚至要到网上查攻略，才知道在App的哪个地方可以关闭，犹如进入了迷宫。平台的这点心思也不难猜，就是要设置重重阻碍，让消费者知难而退。

其实玩这种把戏的又何止“免密支付”，近年来流行的“信用后付”“自动包月续费”等等，哪个不是平台对消费者诱导的套路？这

些手段或许还够不上侵害消费者的权益，但却时时刻刻在恶心消费者。因此，光是提醒消费者不要中圈套，还远远不够，关键是要规范平台和商家的行为，把选择权还给消费者。

比如，在开通“免密支付”或者其他服务时，必须用简洁明确的说明提醒消费者可能出现的风险以及缔约双方的责任，而非故意用冗长专业的话语让消费者厌烦，诱导其快速跳过相关条款。当然，采用“开通即送优惠券或VIP”这类拉新优惠时，也必须用显眼的文字提醒优惠期有多长以及到期后会不会自动续费等关键信息。

同时，也不应该对消费者关闭“免密支付”进行干扰或设置阻碍。关闭服务理应做到跟开通服务一样便捷。更重要的是，商家和平台要对法律和道德心存敬畏，对消费者利益保持尊重，而非为了短期利益或者数据好看，就逾越底线，不惜把消费者当韭菜收割或将风险转嫁到消费者头上。