

非遗传承不妨开辟新思路

这样的“文字游戏”该休矣



■本报评论员 蒋超

近日,话题“白象多半桶方便面的多半是商标”登上热搜榜第一,引发广泛关注。

原来,“多半”实际上是商标,并非重量多了半袋。随后,白象发表道歉声明解释称,“多半”商标申请注册的初心,是为了与常规分量产品做区分。不过这个道歉声明仍然遭到了网友质疑,白象不得不再次发表声明称,决定停止生产原包装产品,后续终止使用“多半”和“多一半”产品名。

白象的这一“背刺”消费者的行为,也勾起了不少网友被商家绕进“文字速宫”、掉进消费陷阱的“踩坑”回忆。近年来,市场上的“心机商标”屡见不鲜,从“壹号土”猪肉,到“树上熟”水果,再到“山里来的土”鸡蛋,商家通过拆分词汇、夸大描述、模糊标注等玩“文字游戏”方式,将商标变成了误导消费者的“陷阱”,不仅损害了消费者利益,也扰乱了市场秩序。而白象在消费者心目中的形象向来比较正面,居然也干出这种耍心机的事,颇有“多年老实人突然偷奸耍滑”的巨大反差感,这也是网友反应这么大的原因。

本应写得明明白白、童叟无欺的商品标识,如今却被精心设计成了商标“迷局”,这无疑是用文字游戏模糊法律边界,以包装艺术消解诚信底线。究其本质,这是商家利用消费者的心理需求,在规避商标注册限制的同时,诱导消费者产生误解。商品还是那个商品,换个商标,身价立马就上来了,商家也能获得更高的利润。

然而商业之道,最重要的当属讲诚信。这种建立在欺骗消费者之上的营销手段,如同在沙滩上搭建的城堡,看似壮观,实则经不起一丝波浪的冲击。不管商家如何解释,利用商标与商品特性“打擦边球”,进行误导性宣传和营销,就是在欺骗消费者。

更为关键的是,这种行为破坏了整个行业的健康与可持续发展。一些企业通过“心机商标”获得短期利益时,另外的企业可能也会效仿,长此以往,整个行业的信誉将受到严重损害,消费者对市场的信心也将逐渐丧失,这对于任何企业来说,都将是灾难。

人无信不立,业无信不兴。营造良好消费环境,治理“心机商标”乱象刻不容缓。相关监管部门应建立误导性商标查处常态化机制,行业协会应推动制定商业伦理公约,禁止更多的经营单位利用商标制造认知偏差。特别是对于违规商家不但要严格执法,而且要加大惩罚力度,提高其违法成本,让其守法经营。

在这个信息传播迅速的时代,企业的一举一动都暴露在公众的视野之下。这也提醒广大企业,如果玩套路、以擦边商标收割消费者信任,恐怕最终会被市场淘汰。毕竟,合理合规的商标策略和踏踏实实的产品营销,才是企业行稳致远的“密码”。

我们该从“苏超”中借鉴什么？



■首席评论员 俞海波

最近一段时间,不管你看不看足球,大概率会刷到“苏超”。

“苏超”全称是江苏省城市足球联赛。参赛队是人称“十三太保”的江苏省13个城市队。这项地方性的业余赛事,办出了不输全国性职业赛事的热闹劲。据江苏省体育局统计,“苏超”目前已吸引了

超过18万名球迷涌入各个城市现场观赛,堪比职业联赛的上座率。

在“苏超”的带动下,江苏各地文旅部门纷纷推出观赛旅游套餐、城市IP展演等活动,将赛事流量转化为文旅增量。据统计,6月2日至6月8日,江苏省内景区预订同比增长305%。

近年来,各地在打造文旅旅“爆款”项目上不遗余力,“苏超”可谓是又一个现象级的“爆款”。那么,“苏超”火爆出圈的秘诀是什么?我们又从中学到什么呢?

“苏超”能够火爆的基础,就在于其草根性质和社区化。更直接一点说,就是有群众基础,加上成本低。“苏超”球队以城市命名,球员则来自各行各业,包括教师、学生、快递员、程序员等,属于“全民足球”模式。城市球队对本地市民的号召力自然不用说,谁不愿意为家乡球队呐喊助威呢?加上足球天然就具有“社区凝聚核”的功能,能够迅速促成本地居民的团结,“苏超”的群众基础相当不错。同时,业余比赛带来的亲民氛围和低廉票价,也吸引了更多市民参与。此次“苏超”,一场比赛的票价从免费到二三十元都有,看球成本相当低。特别像常州队推出9块9门票,还送一份炒饭。看球还管饭,称得上贴心了。

地域梗则是“苏超”出圈的关键。众所周知,江苏号称“散装大省”,“十三太保”谁也不服谁,向来是网友津津乐道的地域梗“富矿”,如今伴随着激烈对抗的足球比赛,球迷们你来我往互爆地域梗,“没有人情世故,全是恩怨”,既增加了比赛的看点,又在梗文化大行其道的当下引领了潮流。因此,“苏超”迅速出圈,成为全民热议的话题,也并不让人意外。

但是,这不等于是说,“草根体育+地域梗”就是我们要从“苏超”抄的作业。看到别人的模式很成功,就不顾自身条件,一窝蜂地跟风复制下一个“苏超”,都来玩地域梗,这无异于邯郸学步,很难有成功的可能。不难发现,“苏超”火爆出圈的秘诀,都是其本身的特质,如江苏省的足球发展历史就比较不错,只是办一届城市足球赛,探索基层体育的发展。至于“苏超”能不能火,火到什么程度,能不能持续火下去,这些都不是人为可以控制的。踏踏实实去运营赛事,进而将赛事商业化、常态化,这才是该做的事。

第二,发展文体旅事业,要有包容性,鼓励探索,允许试错。同时,也要避免“唯流量论”,办什么事情都从流量出发,一门心思想制造个大热点,这样未免太过急功近利。事实上,如今“苏超”的火爆,赛事运营方也是没有想到的。他们的初衷,只是办一届城市足球赛,探索基层体育的发展。至于“苏超”能不能火,火到什么程度,能不能持续火下去,这些都不是人为可以控制的。踏踏实实去运营赛事,进而将赛事商业化、常态化,这才是该做的事。

第三,要有比较宽松的舆论氛围。梗文化在一定程度上是冒犯的艺术,地域梗尤其如此。“苏超”通过地域梗火起来,宽松的舆论环境功不可没。所以,只要是不涉及公序良俗,适度的“玩梗”还是可以包容的。“泼天的富贵”可遇不可求,多一些宽容,多一些包容,或许就能带来惊喜。

为突破口,的确效果更佳。

今年,随着电影《哪吒之魔童闹海》的热度飙升,“哪吒”这一动漫IP形象在青少年群体中拥有不小的知名度,而其中“我命由我不由天”的精神内核也收获了该群体极大的认可。用“楼塔细十番”的形式去演奏《就是哪吒》,可谓是抓住了台下观众的兴趣点。

事实上,任何一项非遗项目的传承,都离不开年轻血液的注入。如今,说起“楼塔细十番”,或是观看该非遗项目的演出时不难发现,台上的演出者们多数有些年纪了。这也意味着,发掘更多的年轻人传承这门艺术,迫在眉睫。

近年来,各类非遗项目都在努力寻找迎合年轻人需求的方法,这是值得鼓励的传承新路径。就像总是演奏古典曲牌的“楼塔细十番”,也能演奏令人既

倍感意外又欲罢不能的动漫旋律。这并不是非遗项目“变味了”,而是该项目与时俱进的发展。所以说,非遗项目传承并不是一成不变地照搬老一辈的技艺和经验,而是在准确掌握技艺的基础上,赋予其更多时代内涵和全新活力,让其能够在时光打磨中更具有生命力。

如今,萧山正在打造“青年向往之城”,在这座充满青春活力的城市里,非遗的传承不妨多找些年轻一代喜欢的角度,多用一些年轻人容易接受的形式。当非遗项目有了越来越多年轻力量的注入,又何愁难以传承发扬?

当然,非遗项目的传承,不是偶尔“潮一下”就等于传承了,需要的是“时常创新”“不断尝新”,相信如此坚持,有百年甚至千年历史的非遗项目,都能生生不息、续写新篇。

让“反向探索”唤醒乡村宝藏

态紧密结合,变废为宝。正如刘雪菊所说,“乡村遍地都是植物,用当地的植物、文化和人,拉动当地的经济振兴,这就是植物染产业化的答案。”

“反向探索”的本质,是重塑对乡村资源的认知,并将之链入产业之中。

著名竹乡浙江安吉,利用毛竹加工废料,其使用场景覆盖民用到工业的多个领域,创造“一根毛竹吃干榨净”的绿色传奇;福建屏南修缮破败的乡村民居,使之成为艺术、文学、影视、动漫的发生地与输出地。

这些实践都印证了一点,当乡村蕴藏的宝藏被发现、被利用,走出差异化的乡村共富之路也将是必然。

“反向探索”的活力,来自人的赋能与扎根乡土的向下生长。

刘雪菊免费开设的植物染培训班里,学员已能独立完成作品,在工坊售卖。十位结业学员就像十颗“种子”,从乡村汲取养分的同时,也从乡土文化的旁观者转变为乡土故事的讲述者,推动乡村焕发新活力。比如,在谢家村长大的返乡社工谢诗笑,感受到家乡的草木之美后,就想着搭建平台,将植物染技艺发扬出去,吸引更多年轻人返乡。

当然,“反向探索”的可持续性,更在于建立符合乡村发展的产业生态链。

刘雪菊构想了“非遗+文旅”的生态链,以植物染为核心,横向展现“农业废料重生”的循环模式,纵向打造文化体验的研学路线。这种模式在成都漆艺传播中已经得到验证:成都漆器生活体验馆以“漆艺传承+日咖夜酒+研学体验+

文创零售”的多元业态,成功构筑起传统与时尚共生的文化生活坐标系。

可见,当乡村资源真正嵌入到完整的产业链之中,乡村经济才具备了自我造血的能力。更为可贵的是,这种模式还扩大了参与者的范围,将“单向传播”扩展到了“沉浸共创”,所有游客都可以成为乡土文化叙事者。

在谢径安·传化农创村,刘雪菊唤醒草木与乡愁,织进时代的经纬,并通过人与人之间的传承,让乡村振兴的梦想在田间地头绽放。

这也是“反向探索”给予时代的一次启迪:乡村是等待被唤醒的宝藏。我们要俯身大地,找寻出能变废为宝的乡村资源。当土地深处的基因被重新表达,自然能让沉睡的宝藏真正苏醒。

招工骗局

近期,某些自媒体发布有关萧山图书馆、杭州萧山国际机场等企业招募工作人员的虚假非法广告信息,以“无经验可入职”“高薪待遇”等条件为诱饵,引导应聘者付费或充值会员。

对此,请广大求职者提高警惕,应聘前务必辨别信息真伪,谨防上当受骗。如已造成财产损失,请及时向公安机关报案。

漫画 俞钦洋

游乐园入园门槛也需“适老化改造”

想去园内一个珍宝馆看木雕、家居等展品。

为什么75岁老人不能入园?该游乐园给出的理由是,个别游乐场馆的光线昏暗、台阶较多,没有监护人陪同,容易引发安全事故。如果60周岁以上的长者(含60周岁)要入园,需要至少1名监护人购票陪同。

这个理由看似能自圆其说,但网友查询了其他游乐园,发现规定各不相同,有的对60周岁以上的人员没有限制,可单独入园,有的要求70周岁(含)以上的长者,需监护人陪同入园。由此可见,对于入园年龄的限制,是游乐园单方面制定的规定,出发点主要是出于安全考虑。

深究这一规定的制定逻辑,可能还是基于对老年人的刻板印象。一般提到老年群体,很多人会想到老态龙钟、行动迟缓、手眼不

协调、容易摔倒的老人形象。

但时代在发展,新一代老年人正在定义全新的“老年”,他们中,有的一直有健身习惯,即便上了75岁,也是腿脚灵便,活力满满。这种充满活力的老年人才会想着去游乐园玩玩,而那些行动不便的老年人应该不会轻易涉足游乐园。

国家统计局最新发布的数据显示,2024年我国60岁及以上人口数量已达3.1亿,占全国人口的22%,老龄化进程正不断加速。老龄化也带来了规模庞大的银发经济市场,据2024年中国银发经济发展报告数据,2035年的银发经济规模将达到30万亿元。

数十万亿元银发经济的背后,必定需要相应的消费载体。在上海的一些专业舞蹈教室,已经推出适老化课程,专门针对低龄老人设计课程。杭州一些社区也有健身

适老化课程,专门教授辖区内老年人进行健身。

舞动身体激发活力、嗨一把娱乐自己,或来一趟远游突破暂时的人生限定,这些都完全符合人类的本性。而市场就应该紧紧抓住这一基本逻辑,合理开发相应的项目,来满足不同年龄段的精神需求。

这也提示大型游乐园要及时跟上形势,积极拥抱老龄化时代。比如在游乐园内提供部分适老化游乐设施,并加强防滑防摔等更细化、更可行的举措。至于必须有亲属陪护的要求,完全可以通过有偿服务或志愿者服务来实现。

随着老年人消费理念的更迭,传统的游乐概念也需要更新。如何尝试更多新颖的适老化改造,才是各大游乐园该思考的命题,而不是简单“一刀切”,拒之门外,错失发展的机遇。



湘湖时评



■本报评论员 靳林杰

在萧山,国家级非遗项目“楼塔细十番”在众多非遗项目中很有分量。不仅是因为其拥有“国家级”的认证,也因为其作为一种民间器乐形式,表演时需要多位民间艺人共同参与,非常隆重。

一般来说,“楼塔细十番”的演奏内容以古典曲牌为主。但在最近楼塔镇中心小学“民乐一台戏”的舞台上,“楼塔细十番”的演奏内



■本报评论员 周珂

植物染,是使用天然植物染料,经过提取、制液、上色等一系列工序在织物上进行染色的工艺。

在谢径安·传化农创村,匠人刘雪菊以莲子壳、茶叶枝等农业废弃物作为染料来源,用植物染技艺制作工艺品,并培养当地村民为技艺传承者,探索植物染在乡村的可持续发展。

这是一条“反向探索”的乡村振兴之路——挖掘被忽视的“乡土废料”,并将资源、技艺、人才与生



■社会评论员 傅小慵

近日,江苏南京,75岁的章女士去当地一家游乐园时被拒,理由是该园区要求60周岁及以上的游客,需要至少1名监护人购票陪同入园。此话题引发讨论:游乐园是否应该对入园游客的年龄设置限制?这样的规定是否合理?

在大多数人的印象里,游乐园都是以大型游乐设施为主,游客主要是小孩子和年轻人。这次章女士想入园,也不是为了体验过山车、海盗船之类的游乐设施,而是