

评论员观察

土味喊麦,好不好倒在其次,关键是敢于打破传统营销做法,不按套路出牌。这样的创新,值得肯定与尊重。这样的创新,多多益善。

“山河四省”土味喊麦:这样的操作可以有

大众新闻客户端评论员 吕华远

“你姓东,东三省,你们那边嘎嘎冷。我姓东,大山东,俺们这边很响晴……”最近几天,山东文旅通过官方抖音号@好客山东推出的这首土味喊麦歌曲一举冲上热搜高位,原视频的点赞量、转发量均超过90万,评论量超过55万。

山东为啥姓“东”而不姓“山”?有网友对此给出了解释:山东人爱用倒装句。在山东文旅的喊麦带动下,省内各市也行动起来,烟台推出了《我姓台》,淄博推出了《我姓博》,德州推出了《我姓德》……

在抖音平台,“山河四省喊麦合集”的热度迅速上升,继河南文旅一天发了上百个视频之后,山西文旅开始半夜不睡觉发视频,河北文旅一天发了70条视频,还直接通过视频向其他三省宣战,有网友戏称“山河四省不内卷条约今天正式结束了是吧”“山河四省拿出了最擅长的题海战术”“河南不睡我不睡,河北文旅怕过谁。没有山西做不到,好客山东来报到”。1月14日,@好客山东发布共创视

频《山河四省一家亲》,为四省的内卷内斗“相逢一笑泯恩仇”。

“不是宣传宣不起,而是喊麦更有性价比”,这种土味百家姓喊麦在网络上的走红,最早源于2022年短视频博主“顾夕”的一段喊麦《我姓石》,视频先是在外网走红,被其他国家的网友开始花式玩梗,衍生出左右卡点魔性洗脑的舞蹈,继而“出口转内销”,被国内网友纷纷二次创作,让这个梗彻底广为人知。如今文旅机构土味喊麦的操作,倒是让人耳目一新。

中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,互联网普及率达76.4%;短视频用户规模达10.26亿人,用户使用率为95.2%。互联网已经不只是一种技术,更是当下社会的有机组成,或者说是一种当代的生活方式和现实社会逻辑的虚拟社会。各级官方机构要想“接地气”,须“接网气”,从网络上践行群众路线。

弹幕文化也好,土味文化也罢。近年来,网络文化呈现出一定的解构倾向,娱乐化是其中的一种表现,这并非网络发展本身的过错,而是有着深刻的现实成因和影响因素。对此,不必过于担心,政府部门和主流媒体一道,尊重互联网精神,畅通民意表达渠道,保护多元舆论生态发展,推动网络社会文化道德走向解构与建构的动态平衡,才是实现互联网治理的长久之道。

好吃好看好玩,是文旅活动的应有之义。接力造梗、土味喊麦,给当下注重“悦己”和“情绪价值”的消费者,带来了新鲜感、幸福感,贴合消费者对文旅体验的新期待。当然,文旅归根结底是服务业,花式营销带来的流量只能实现引客,从引客到成功留客,需要一个城市扎实做好接待准备久久为功。“花径不曾缘客扫,蓬门今始为君开”,机遇从来都是留给有准备的头脑。

土味喊麦,好不好倒在其次,关键是敢于打破传统营销做法,不按套路出牌。这样的创新,值得肯定与尊重。这样的创新,多多益善。

来论

快递被“内鬼”高调倒卖,问题不只出在快递员身上

夏鹏飞

近日,浙江台州温岭鞋商秦女士发布视频称,中通快递公司内部员工在直播间低价售卖商家正常发货的快递。1月11日,中通快递相关负责人表示,涉事中通网点已经报警,将积极配合警方调查,同时会积极和客户协商处理此事。温岭市大溪派出所工作人员称,已对该事件立案调查。

快递员的职责本是将商家寄出的包裹安全准时送达用户手中,或及时将退货包裹送还商家,在网购这一重要交易消费模式中担负着极其关键的“桥梁”角色。可如今却有快递员当起了“内鬼”,不仅偷盗正常发货退货的包裹,还堂而皇之地在直播间低价倒卖,简直让人大跌眼镜。

这种监守自盗的行径,不仅损害了商家、消费者的正当权益,对涉事快递企业的声誉形象也是重大损害,更有可能破坏消费者对网购消费模式的信任及整

个产业消费形态的健康发展。因此,对该快递员偷盗、倒卖包裹的行为切不可小觑,仅仅以个案问题一笔带过。

利用寄送快递的职务之便,却干起了偷盗倒卖快递的不法行径。这名快递员无论是从人品抑或职业操守来看,显然都是不合格的。目前,警方已立案调查,其最终必然也会根据调查结果及相关行为的严重性受到不同程度的惩处,这是其应付出的代价。

可是,出现快递被倒卖的现象,甚至还是靠商家自己在该快递员的直播间才发现这个问题,那快递企业、涉事网点的监督管理究竟何在?如果不是该快递员高调倒卖,商家又有心留意,这样的生意会不会一直继续下去?

涉事快递企业恐怕更需要反思。在人员招聘、员工管理、工作流程、快递包裹安全保障等方面是否留有漏洞,在激烈的行业竞争之下,是否存在重扩张轻管理的问题。不从根源和管理机制上找出短板漏洞并及时补上,处理了一名快

递员,那也仅是“头痛医头,脚痛医脚”。难免不会再有下一个“内鬼”出现。他们可能会吸取“前车之鉴”,将偷盗、倒卖的行为进行得更隐蔽。

快递行业竞争的确激烈,可越是竞争激烈就越不能忘了将每一件包裹安全送达的初心,这是快递企业安身立命的根本。失去了这一初心,哪怕扩张得再快,也迟早会被用户抛弃。以快递员偷盗并高调倒卖包裹事件为契机,对内部管理机制的漏洞短板来一次大梳理、大整治,也不失为“塞翁失马”。

一方面应加强员工的教育、管理,不断提升快递员的职业素养、操守;另一方面应建立更加高效精密的监测、跟踪、溯源、防盗等机制。这样才能从根本上保障商家与消费者的正当权益,修复受损的企业形象,进而不断重构筑牢被破坏的信任,也让企业在激烈的行业竞争中行稳致远。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

观点

让阅读流行起来是高校图书馆的重要职责

近日,高校图书馆借阅量下降的现象受到舆论关注。半月谈记者采访了解到,“近年来特别是近3年,纸质书借阅数据呈断崖式下降趋势,部分学校降至最高峰时的一半甚至1/3。”

很多人认为,“借阅量”并不能和“不读书”画等号,大学生们的阅读时间并不少,只是获取知识的渠道和方式变得多元。尽管如此,仍有一点值得思考,那就是即便阅读时长不减,阅读质量是否可以保障?在这个讲求效率的时代,我们在读书上也追求起短期的“性价比”。“五分钟听完一本书”“三分钟带你读懂这本书”之类,固然可以帮我们快速获取书中“干货”,但不能取代阅读本身。

图书馆恰恰可以带我们扭转一些读书中的问题,帮助我们调整阅读结构,引导大家尝试深阅读、严肃阅读。因此高校图书馆的借阅量下降,应该引起足够的重视。图书馆不能因为多元化阅读的冲击,就默认接受了借阅量减少的现实。身处校园,高校图书馆可以做的还有很多,比如倾听同学们的需求,继而有针对性地做出改变,增强同学们与图书馆的联系等等。毕竟,让大学生更多地走进图书馆,让图书馆不再只是自习室,让书籍流动起来,让阅读流行起来,也是高校图书馆的重要职责。

据光明日报

奇葩团建当休矣

最近,在贵阳市白云区的一条街上发生一件事情,有多人于夜晚时分在地上爬行。经当地派出所了解,系某企业团建时,员工游戏玩输了后受到惩罚,并称“不存在胁迫”。

团建的本意是凝聚人心、促进集体认同,顺便让大家放松休闲,而如果实现这样的本意,则要以尊重员工为前提,以自愿参加为原则,在团建过程中要实践科学管理。奇葩式团建不仅无助于促进企业管理和提升工作效率,也打击了员工的积极性,破坏了企业内部的工作氛围,对企业管理起到了反作用。要知道,羞辱式的文化,不是正常的企业文化。更为关键的是,羞辱性惩罚是涉嫌侵犯员工人格权的,根据民法典,“民事主体的人格权受法律保护,任何组织或者个人不得侵害。”

两头不讨好的奇葩团建当休矣。而员工在遭遇损害自身权益的奇葩团建,甚至在团建过程中遭到羞辱时,该以何种形式维护权益,以及寻求法律救济,也值得有关方面进一步思考。

据工人日报

交响乐团“货不对板”?莫让“杂音”干扰市场

据央广网报道,最近一场在广西柳州举办的“蓝色多瑙河新年音乐会”,被观众认为现场演出和宣传严重不符。演出过后,一名观众多次要求退票,被经销商拒绝。最终在拨打当地12345投诉热线后,才拿回了票款。

大型交响乐团人员构成和演出有严格标准,高水平的交响乐团需要长期陪练磨合,随便拉几个人,挂几个皇室、爱乐的名头就敢卖票,明摆着是糊弄观众,是玩圈钱的把戏,涉嫌消费欺诈。草台乐团横行不仅让观众无法体验到真正的交响乐魅力,浪费时间和精力,消耗大家对音乐的追逐和热情;更会损害社会文化消费的发展,成为破坏音乐市场健康发展的“杂音”。

面对观众的热情和市场,更应该维护好新年音乐会的演出环境。对于那些伪造信息进行虚假宣传的乐团和经纪公司,消费者会用自己的耳朵和声音评判,市场监管部门也不会坐视不理。

据北京晚报

电影开场30分钟可退票:“观影售后”值得尝试

画里话外

评论员 孔雨童 绘画 徐进

据CCTV6报道,2024年跨年之际,长沙部分影院开始试点“电影开场30分钟可退票”制度。该服务提供方表示,预计春节前可扩展到全国超1000家影院。

购物买到“假冒伪劣”商品可退货,就餐遇到质量问题可退款,电影却因为性质特殊历来没有退票之说。但这也给一些粗制滥造又“诈骗式宣传”的作品提供了空间。近年来,不少影片雇人演绎被“感动”得泪流满面或大打情怀牌,等观众被唬进影院才发现货不对板。此次长沙这些影院的尝试,可以说给观众补上



了一部分“售后空缺”,反过来也可以倒逼电影市场更加着眼于精品创作。与此同时,对于近年来始终没有“缓过来”的观影热度,这也不失为一种挽回观众信任的手段。

当然,对于电影这种特殊商品,要真正实现“30分钟退票”还须完善相关配套措施,比如要避免一些因商战或粉圈争斗带来的恶意退票,也要充分考量退票对观影秩序的影响。而此次退票服务提供方为一家专做检票服务的公司,究竟是个噱头还是如其在公告中所说将“筹备电影满意险”并实打实推动“改革”,还有待观望。

但无论如何,从维护观众权益、促进电影正向竞争的角度来说,“30分钟退票”不失一种有益探索,值得关注。