

→ 察者看台

乱仗开局待归正轨

周卫国

有道是:看热闹的人从来就不嫌局面乱,不怕事情大。至少,球迷观看NBA新赛季的比赛感觉就是如此。

打了半个来月比赛,一连串的赛果让球迷与评论员大跌眼镜:勇士输了骑士输,火箭输了马刺输,雷霆输了猛龙输……原本假想的剧本是:休赛期间转会市场巨星涌动,各路球星抱团组队出发,东西之间、强弱之间差距再次拉开。新赛季一开始,勇士、骑士等豪强将重新强势出击,一波连胜开局。但事事难测,不想各强队得到的是一场接一场的失利,勇士输三场、骑士三连败。目前西部靠前的是灰熊、快船、开拓者,而东部则是活塞、凯尔特人、魔术。这些可都是在本赛季前经历大换血,走了核心主力,并不被看好的球队。那些得到球星扎堆补强的、为人期待看好的骑士、雷霆数场输下来,在东西部的排名落在十名之外。还真是应了那句话:不是不明白,难道是这联盟变化有

点快?

NBA开赛才半月,就此断定新军突起、联盟格局大变还为时尚早。毕竟,比赛刚进行前几轮,骑士、火箭、雷霆的输球与新球星转入后的阵容磨合不足有关。特别是伤病猛于虎,韦德、罗斯、阿里扎等伤缺,让上场阵容受损,输球就不是什么新闻了。以勇士为例,在人员相对齐整的情况下,今年的开局情况不妙。今年的勇士,坐拥全联盟最佳攻击力与成熟的小球体系,本是最成熟、最稳定、最当打的球队,却先后负于火箭、灰熊、活塞,是与有着心态不正、轻敌有关。前几年,一些球队与勇士都会未战先怯,让勇士的库里、杜兰特等三节之后打卡下班。今年的比赛却不同以往,火箭、活塞、灰熊让勇士受挫吃败,就是勇士取胜的奇才、猛龙、鹈鹕等三队,都是激战到最后一分钟才分出胜负。与上赛季相比,今年勇士对各队少了威慑力与畏惧感,很多球队与勇士对阵时,有了一股“敢将皇帝拉下马”的劲头。特别是奇才对勇士一战,敢于

在勇士最强的外线三分投射与传导球助攻上扳手腕,由此奉献了一场精彩的对攻大战。这也为其他球队作了示范:勇士是可以打败的。

比赛才开始,在漫长的常规赛里,决定最终排名的还得靠球队的综合实力。勇士、骑士、火箭、雷霆等球队目前的状况是不理想。但经过前几场的输球,笔者认为,这足以让教练与球星在思想有所警醒,态度上有所重视,从而对胜利特别是连续胜利产生饥饿感、紧迫感。也相信,目前排名上的乱局,不会持续多长时间。经过调整,那些强队最终会步入一个良性的常态的节奏,成绩上慢慢赶上来。

作为球迷,很有必要为东部的活塞、魔术与西部的灰熊、快艇点赞。他们用战绩证明了一件事:对于强手,不要迷信,更不能畏惧。只要敢于争胜,就能收获胜利。正是因为他们的努力,向强大如勇士、骑士等发起了强有力冲击,为NBA赛场带来了新的活力。这样的精彩赛事,也正是球迷乐见其成,乐享其成的。

→ 热点发声

“无人贩售”并非“万能筐”



近日,上海徐汇区出现了一个“无人面馆”,其实是一台无人贩售机器,共提供两种口味的面,酸汤肥牛和豚骨。食客仅需在机器上选择自己喜欢的口味,通过支付宝或者微信完成支付,机器即可自己制作一碗面,从支付到出面,整个过程不到1分钟。仅仅过了两天,这个“无人面馆”就因“涉嫌超范围经营”被叫停。

1、互联网的崛起,以及移动支付的高度普及,作为“新零售”布局中的重要一环,各种各样的无人贩售机正如雨后春笋,出现各大商场、交通站点、学校、医院等公共领域,如无人贩售咖啡、橙汁、零食等。这些无人贩售门店,是社会发展以及科技进步涌现出的新业态,尤其是使用便捷,无疑会成为市场的新宠。

但同时,“无人贩售”虽前景看好,但也不能缺失规范。“无人面馆”迅速走红之后的迅速叫停,也是规矩使然。据当地市场监管局相关负责人表示,监管人员已实地查看过这台“无人面馆”,确认经营者的营业执照和食品经营许可证属实,但涉嫌超范围经营,待补齐相关许可证后有望再度经营。简言之,“无人面馆”第一步就走歪了,及时纠偏很有必要。

——评论员 杨玉龙

2、共享单车之后迅速刮起的“共享风”,让人们认清了一个道理,共享经济不是筐,不能啥都往里装。比如,“共享女友”“共享板凳”“共享雨伞”等等,是共享经济的跑偏。

而且,随着空调、洗衣机和彩电的入局,共享经济这把火烧到家电领域。对于共享家电,有行业观察者认为只是一个“噱头”,并不会成为主流。同样,在“无人便利店”“无人贩售”被热炒的当下,无人店经营模式并不是“万能筐”,也并不是无需人工就可以叫“无人店”,一旦走偏,同样多是作秀,甚至给市场添乱。

——评论员 莫淑婷

→ 文艺观澜

慢火才能“炖”出文化内涵

魏 珊

今年是“慢综艺”强势霸屏的一年,以湖南卫视为例,从年初的《向往的生活》到最近的《亲爱的客栈》,皆成爆款。而东方、浙江、江苏三大卫视,自然也是这场热度的“制造者”,分别推出了《青春旅社》《漂亮的房子》《三个院子》。一时间,主打“生活”、“享受”、“慢下来”的“慢综艺”,风头无两。

究竟何为“慢综艺”?尽管尚未出台官方明确定义,但业内已普遍达成共识:相较于前些年大热的《奔跑吧兄弟》《极限挑战》这类典型的“快综艺”,突出快节奏、高强度的游戏对抗、任务挑战,现在的“慢综艺”则更偏向于将节目节奏放缓,节目的视角和表达方式也开始转向于生活体验、心灵关照。

综艺节目开始转化“招数”,探索“以慢制快”,与广电总局发布的“限娱令”“限韩令”不无关系,积极提升综艺节目的格调,从而让日益喧嚣浮躁的“快综艺”慢下来、静下去。

与此同时,受众观影心态的变化也是重要诱因。在各大户外竞技真人秀开始让人审美疲劳时,我们突然发现,原来看着明星不吵不闹、回归田园、闲话家常,竟如此的“小清新”,让人备感舒服,有时候甚至还带着些“诗和远方”的意味。

凡事过犹不及,再加之“跟风”“蹭热度”又是目前综艺节目制作的通病,眼见到“快综艺”拯救不了收视率了,各大卫视便批量生产“慢综艺”,甚至可以说,这一波火热的“慢综艺”是“快节奏”的产物。以《亲爱的客栈》为例,8月3日立项,9月10日开机,整个项目只有39天的筹备期,就连该节目监制自己都承认,这是湖南台迄今生产最快的节目之一了。

“欲速则不达”的道理,大家都懂。至于“慢综艺”,想要真正“慢下来”,“熬出”既有意思又有意义的节目,这其中确实要有些门道。首先,笔者认为,成功的关键在于“清水出芙蓉,天然去雕饰”。通俗点说,就是“不装”。如果在“慢综艺”里,嘉宾人物依然局限于“角色扮演”“剧本

干预”,以及后期镜头剪辑和技术加工,那么就如同“快综艺”里精心设计的游戏情节,会让人不自觉地产生距离感。“慢综艺”要尽量呈现参与人物最真实、最自然的状态,观众则通过感受他们发自内心的悠哉感,来真正体会到“慢生活”中“慢”之精髓。

此外,“慢综艺”想要收视长虹,除了要体现真实,紧扣“平凡人生烟火气”外,还要多费点“匠心”,用慢火“炖”出些文化内涵。一如“慢生活”并非无所事事,而是将紧张的生活节奏放慢些,停一停,看一看,再出发;“慢综艺”也不是纯粹的“尬聊天”“流水账”,它也应该能够在精神上满足观众的需求,引发观众的内心共鸣。《朗读者》《见字如面》这样充满文化内涵的“慢综艺”,能够叫好又叫座,就是有力明证。

“慢综艺”时代的到来,让生活节奏越来越快的我们,能轻松觅得一处治愈心灵的场所。我们期望,它不落俗套、用心熬出“内涵味”,能让我们在柴米油盐中得到一次暂时的心灵的舒缓和放纵。

→ 热点漫评

莫让“现金贷”成了高利贷

邓海建

近日,一款名为“现金贷”的小额、短期线上金融产品引发广泛关注和质疑,其“3秒完成借款”“凭身份证1分钟申请”式广告语在各种客户端上也频频出现,时刻吸引着人们的注意。但其无牌照滥放贷款、动辄500%的超高利率、暴力催收、泄露用户隐私等行业乱象被不断爆出。针对“现金贷”规模扩张迅猛,央行表示,下一步将按照实质重于形式的原则,实施穿透式监管。

最高人民法院发布的《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》明确,如果借贷双方约定的利率超过年利率36%,则超过年利率36%部分的利息应当被认定无效。而“现金贷”中,前期高收费、后期高罚息,加

之有暴力催收兜底,跟黑帮电影里的高利贷似乎没有太大差别。

这个庞大纷杂的市场,监管必须及时关注。据统计,我国“现金贷”整体规模在6000亿到1万亿元之间,2017年前7个月全国短期消费贷款新增1.06万亿元,是去年同期的3倍,其中很大一部分就是“现金贷”,初步估计“现金贷”平台至少有2000家,不少是此前的P2P公司转型而来。今年4月,银监会发布《关于银行业风险防控工作的指导意见》,首次点名“现金贷”纳入互联网金融风险专项整治。10月28日,央行亦表态要落实“所有金融业务都要纳入监管,任何金融活动都要获取准入”的基本要求。

“现金贷”不是洪水猛兽,但如果只剩下“高回报风口”的大旗猎猎作响,大概迟早会成为“不作不死”的典



型。一句话,“现金贷”莫要成为网络化的高利贷,而监管也该早日对其间的灰黑空间重拳出手了。

→ 说道说道

据媒体统计,近日来,四川、广西、云南等多地教育主管部门先后公示申报升级、更名和转设的高校名单,20多所高校加入改名大军。例如,成都学院申请恢复曾用名成都大学,钦州学院申请更名为北部湾大学。

什么是内涵式发展?是办学规模大,校园环境优美,还是学科门类应有尽有?恐怕都不是。人才培养才是高校的中心工作,内涵式发展必须聚焦于先进的办学理念、鲜明的办学特色、科学的人才培养机制,必须把人才培养作为学校中心工作,全面提供人才培养能力,努力提高科研水平和服务社会经济的能力。如果改名能够解决这些问题,固然好;如果改名不能,那么它不过是“换汤不换药”。

——评论员 杨三喜