

→ 察者看台

情怀给山水注入灵魂

欧昭晖

天,渐冷。正是南岳雾凇“绽放”大好时节。有许多朋友在朋友圈晒雾凇美景,还有人在朋友圈说:来南岳,在这个冰清玉洁的天地里让染满尘埃的灵魂进行一次洗礼。南岳,我去过多次,由于各种原因,未能留下只言片语。看到朋友圈里晒着这些“此景只应南岳有”的美景,有种“眼前有景写不得,大把佳作在上头”。还好,有幸读到在南岳工作的范韬女士给我发来的南岳区政府工作报告,读毕,有不说几句如鲠在喉的感觉,于是鼓起勇气来写几句。

众所周知,南岳如秤,可称天下。而南岳相应的星座,有管着人间的寿龄。在这个充满美美幸福感的年代,健康地长寿地活着,是每个人的最大心愿。据历史记载,自汉代来,南岳就有寿岳之美誉。2000年来,南岳的寿文化节,更是让南岳名满天下。所以天下游客为了美景、为了长寿潮水般向南岳涌来。

有相当一部分的景点让人初见乍欢,再看相厌。而南岳以其悠久深厚的历史积淀,加上南岳人用智慧用汗水给予南岳山水注入的灵气,使游客有日游日新,越游越想来游的感觉,“相看永不厌,唯有南岳山”。

现代人旅游,不仅仅局限于看看景色,更想在与众不同的山水美景中寻找此处别具一格的魅力,让身心都受到补益。从医学的角度来说,南岳的斋食,以及闻名遐迩的云雾茶,具有治疗“三高”作用。对于景色来说,不管是浑然天成的原生态也好,还是鬼斧神工的匠造也好,都是呆板的,只有给这些景色注入灵魂,才能使这些景色鲜活起来,只有有生命的个体,才不会让人有似曾相识的感觉,此山非彼山、此水非彼水、此树非彼树、此花非彼花,此处的太阳,在夏天不会炙烤你的皮肤,它像恋人的唇,亲吻你的每一个毛孔;如果在冬天,它是情侣之间的

激情拥抱,温暖着你。此处的月、此时的风,能给伤痕累累的你疗伤,会给你注入新的力量,让悲伤者忘记烦恼,重新站在快乐的起跑线上,让颓废的人抛开一切羁绊,潇洒地扬起生命之帆。这些,只有有生命的景色才能给予的,这些,只有有灵魂的山水才能做得到的!

历史,需要挖掘,需要传承,才能理性地复原;资源,需要呵护,需要提升,才会亘古留长。“台上一分钟,台下十年功”,哪怕一朵无名小花的盛开,都要经过漫长寒冬持久地酝酿,经过春雨的浇灌,春风的催化。更何况,一座游人如织的景区,要做的太多。一个成功的景区,不仅要让每一个游客游得兴致勃勃,吃得嗒吧嗒吧,睡得鼾声震天,更要让每个游客离开之后还在回味还在念想,让邂逅变成无数次重逢。做到这些不仅需要眼光、需要制度、更需要情怀!因为情怀会输出和衍生高尚的灵魂!

→ 有话就说

毕业简历容不得过度“包装”

李英锋

秋招结束,还没拿到 offer(录取通知)的大四毕业生在忙论文的同时,也开始寻找实习机会和就业途径,制作一份亮眼的简历则是必不可少的环节。如今有不少没经验的“小白”会选择花钱买模板制作简历,甚至花几万元来获取实习经历,并找人制作简历。

简历不够,包装来凑。在市场上,出现的各种过度包装的问题,其用意当然是图个好卖相。而近年来,这种包装方式开始越来越多地被应用在就业市场上,一些大学毕业生嫌其简历有些“单薄”、不够光鲜亮丽,便不惜花钱找人定制和包装毕业简历。在这种需求推动下,毕业简

历包装市场应运而生、日益火爆。

然而,简历包装交易却存有不少陷阱和雷区,尤其是购买简历包装服务的一方触雷的风险较大,不仅个人权益易受侵犯,也很可能逾越法律、诚信底线,招致不利的法律评价、诚信评价。

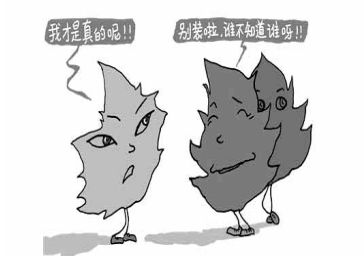
在简历包装交易中,消费者处于弱势,而商家则处于强势。如果商家在宣传中玩猫腻,玩文字游戏,将实习机会包装成就业机会,将毕业前实习包装成入职后实习,将模拟项目包装成实际项目,或者利用格式合同限制、排除消费者的权利,或者滥收费用,消费者的博弈权有限,很容易陷入被动。

此外,要定制简历,就得把大量的隐私信息告知商家,而商家保护定制者隐私的意识和责任心有强有弱,保护机制也可能不健全,存有漏洞,定制者的隐私信息有被泄露的隐患,而隐私一旦泄露,就会产生很多后遗症。

总之,毕业简历容不得过度“包装”。诚然,大学毕业生对毕业简历进行适度的润色设计是必要的,但这种润色必须以实事求是为原则,必须要守住诚信底线,切忌舍本求末、离题万里。须知,自身的经历和才华才是最好的简历,没有捷径可走。大学生应该平时多用功多实践多付出,储备力量,锤炼本领,一点一滴地书写“简历”。

一片“香榭叶”折射的市场怪现状

张敬伟



“礼物不需挑最贵,只要香榭的落叶”,周杰伦歌曲《告白气球》中的这句歌词,近日被一些商家“盯上”并衍生出商机:商家将“巴黎香榭丽舍大街上的法桐叶”分成单片装裱在相框或礼盒内,取名“香榭的落叶”在网上出售,价格超过100元,礼盒搭售近300元。

无论是情感由头,营销噱头,或者是追星情怀的延伸,一片香榭叶的资本叙事带来的复杂象征,只是短暂的商业行为,引发舆论场的谈资而已。然而,此事引发的公共效应,似乎并不那么简单。

一方面,从消费理性的立场看,香榭叶营销显然是非理性的。毕竟,一片树叶,哪怕混搭着店家搭配明信片 and 周杰伦的 CD 做成的礼盒,价格也偏高了些。非理性消费,看似买卖双方的私事,但也会对商业大环境带来负面影响。另一方面,香榭叶是否来自法国香榭丽舍大街上的法国梧桐树,也颇有争议。毕竟,树叶入境要检疫,否则无法进入中国市场。

网络卖家若无法提供香榭叶的原产地证明,便有商业欺诈之嫌,这

场混搭着矫情浪漫、网络卖家蹭热度的资本叙事,就变质变味了。商业炒作无欺诈,让人生厌但无伤大雅,若有欺诈之嫌,则违规违法,监管者应介入,消费者可维权,所谓香榭叶也就成了商家不当牟利的证据。欺诈属实,消费者可以根据《消费者权益保护法》主张退一赔三。

仅有舆论曝光和公共争议是不够的,如没有监管跟进,或者说降低维权成本,此类商业炒作事件会一直上演。自古都是“买的不如卖的精”,因此解决商业炒作和欺诈事件,管好供给侧才是应有之义。一片香榭叶带来的不是坊间笑谈,而是攸关市场规范的大事件。舆论已经发声,但愿监管能够主动跟进,这样才能给消费者一个交代,才能规范商家营销,祛除商业欺诈行为。

→ 热点发声

米其林指南=官方认证? 太认真就输了

最近,在餐饮界和吃货界,北京米其林指南的发布,引起了一阵骚动和争议。相比于上海、广州的榜单,米其林北京榜单的中餐数量明显占据绝对多数。这被认为是带有明显的、想要打开北京市场的示好态度。不过,这一榜单却没能让网友们认同或满意。更是有业内人士质疑,这份榜单带有想当然的“异邦想象”。



1.很多人表示也是看了榜单才发现,原来北京还有这些吃货的好去处。只是,在仔细看了食物品类之后恍然大悟,原来尽是些北京的知名小吃,甚至还专门归结了北京烤鸭店榜单。不得不说,米其林确实够用心,一股浓浓地讨好本地人的意味跃然纸上。一些人表示对北京的特色小吃,诸如卤煮、豆汁儿、炒肝等实在不感冒。但初来乍到的游客们之于北京的印象,或者北京之于他们的魅力,还是在于这些特色小吃,哪怕你尝过后觉得并不喜欢。

或许,这就是为什么,北京米其林指南的“北京特色”这么浓。在国内,米其林榜单几乎每一发布就会引起争议。而反过来讲,其实正是我们太把它当回事儿了,所以才会显得更加苛刻,更喜欢从榜单中挑刺。这就好比一般书籍里的错误,很少有人指出,一旦教科书出了差错,很容易就能在网上形成热点。

——评论员 与 归

2.即便是米其林为了凸显京味文化,“必比登推介”榜单也不见得能服众。有广东美食博主带着南北方朋友,探访了所有“必比登推介”餐厅,得出结论是“阵亡”,也有北京本地老饕表示“从北京人的角度来看,这家店我个人非常不推荐”。

米其林指南,本质上来说是一本写给外地人的美食书,也是一本写给商务客的指南,除了餐厅环境、服务质量等,口味差异显然也是需要考虑的因素。所以,对于这样一本指南,其实不必太过推崇。毕竟在互联网充分融入人们生活后,不管是传统美食榜单还是当下美食评价软件,都可以帮大家找到自己喜欢的餐厅。正如“一千个观众眼中有一千个哈姆雷特”,一家餐厅是否为消费者所中意,显然不能一味推崇“米其林”,也得认真问问自己的“胃”。

——评论员 陈城

→ 说道说道

1.“4.4元的话,这样吧,4太多,中国人觉得难听,再降4分钱,4.36,行不行?”近日,一段医保局专家与药企代表谈判的视频受到广泛关注,被媒体称作最强“灵魂砍价”。

小药片事关百姓大民生。“灵魂砍价”背后凸显的正是民生关怀。此次药品谈判中,医保局专家分毫必争、锱铢必较,一分一分往下谈,让部分“贵族药”开出了“平民价”。一分钱,对全国来说,可能就是几十万甚至几百万。但是对于长期需要“救命药”的老百姓来说,医保局专家每砍下一分钱,都会减轻一份沉重的负担。据专家保守估计,此次通过谈判降价和医保报销,患者个人负担水平将降至原来的20%以下,个别药品降至5%以下。这样的“灵魂砍价”,无疑砍到了老百姓的心坎里,也砍出了感动和希望。民之所望,政之所向。期待此次谈判成果能够早落实、严落实,让人民群众尽快用上质优价平的药品。

——评论员 宋燕

2.汉服照能放在结婚证上吗?据报道,近日陈先生和未婚妻拿着穿汉服、梳发髻的“汉服照”到厦门思明区民政局做婚姻登记,却被工作人员告知不能使用。“工作人员告诉我们登记不了,因为这个是奇装异服,我不明白的是,这明明就是中国传统服饰。”

其实,《婚姻登记工作规范》规定:当事人提交3张2寸双方近期半身免冠合影照片。具体的规定也只有尺寸、近期、半身以及免冠,并未对服饰做出具体要求。法理上,结婚登记不是“结婚审批”,不是行政许可,而是一种行政确权。从这个角度来说,行政部门不宜对于婚姻登记过程中的细节规定得太死。另一方面,传统文化正在“逆生长”,融入年轻人的生活。从故宫各种文创产品让年轻人“剁手”,再到网店里各种国潮服饰应有尽有,都是源于年轻人对中华文化母体的再亲近,也让传统文化随时代而变化,越来越时尚。现如今,越来越多的年轻人正在以更严肃、更接纳的心态去穿着汉服,他们愿意用汉服照作为婚姻登记照片,职能部门当以更开放的心态接纳:传统文化越来越时尚,“国潮”也是正能量。

——评论员 沈彬