

礼盒酱油畅想

■心海云舟（上海）

现今生活中,看过、收过、买过各式各样的礼盒,司空见惯,都习以为常了。近日,笔者去一个营销场所领取一份酱油礼盒。在车站候车时,闲着没事,我端详了手里提着写着高档礼盒,看着装帧精美、挺括硬朗包装的酱油礼盒,心里不禁联想起来。由过去想到现在,由今天想到明天,由酱油礼盒想到火腿礼盒,想到水果礼盒、想到青菜礼盒、想到酒香不怕巷子深、想到作秀……思绪,就这样在车站无聊的等候中弥漫开来。

礼盒,乃是礼也。礼,是对他人表示的一种敬意。礼尚往来,是人类社会的文明要求。礼要求恭敬、周到、细腻,所以送人物品需要精心包装,让人感受心意。除特殊情况外,送人物品,不是救难;物品往往不是生活必需品,一般是锦上添花,是生活中的点缀品。

给邻里乡亲送大米、菜蔬、柴禾,是帮助而不是纯粹的送礼,所以不包装,用背篓、竹篮,用麻袋、布袋。

给亲朋好友、师长、同事或是上司送礼,则注重一个“礼”字。礼,要因人而异,区别对待,还要物有所值,讲究赏心悦目的包装。即便是送寻常的水果,一般也挑礼盒装的。以前,食物匮乏的年代,水果店里除了各色散装水果外,店里也有用小篾条筐装的苹果、生梨出售,在篾条筐盖子里面还盖有

一张红纸,以示吉喜。

笔者浅见,作为生活中的点缀品、辅助品,比如水果,比如金华火腿,或是滋补品、工艺礼品等,用适度礼盒装帧包裹,无可厚非;大米、粮油、酱油等作为每日家常用的生活必需品,何需礼盒包装,甚至不惜以高档礼盒包装?

礼盒包装不仅仅是增加了单位商品的经济附加值,还可以促销,提升商品销售量;站在更高的层面上看,还可以促进包装行业的生产和发展。从高档礼盒酱油,到豪华粽子礼盒畅想开来,恕我孤陋寡闻,不知道现在有没有高档礼盒土豆、豪华盒装青菜?如果没有,是不是产地供应商和商家也应该与时俱进地开发一下?

酒香不怕巷子深,这是以前商贾们生存和生意兴隆的精髓总结。这句经典老话,现在好像有些不管用了。急功近利的心理荡漾在商海的每个角落。在我小时候,记得“作秀”是人们言语里的贬义词,至少不是褒义词。哇,现在很多人都希望“作秀”。什么“达人秀”“梦想秀”……都想自己在公众面前“秀一秀”。

于是,什么都离不开包装,包括对真实的生命个体,如人,如狗狗;包括

对抽象的社会意象,如评判人,如炫耀概念。

其实,以前菜场里的菜蔬,也是有包装的。比如盆菜,经简单加工、挑拣整理和搭配后出售的盆菜,方便了一部分在烹饪前没有空余时间的厨夫煮妇。

但酱油,用高档礼盒包装后为了什么?买酱油送礼?真拿廉价的厨房调料品酱油作为礼品送礼,笑煞人了。充其量是人们在日常相处中,亲热地问一声对方:我家里有很多酱油,给你一瓶你要不要?

连厨房里灰头土脸的酱油,都要尽情恣意地包装,还有什么东西不可包装?这样的包装,一年砍用了多少树木?耗用了社会多少人力物力?又产生多少生活垃圾?我想到了我们蔚蓝色星球的未来……

我是不是有点杞人忧天?



新闻漫话

谨防“小风筝”惹出大事故

■郑桂灵



4月4日下午,多名网友在网上发帖称,沪宁城际铁路大部分列车晚点,话题迅速冲上热搜榜首。据上海铁路局介绍,当日下午3:38,有一只风筝挂在苏州园区至阳澄湖段,铁路部门立即进行抢修。下午4:48,线路已经

恢复正常,但由于抢修产生的“蝴蝶效应”,导致后续列车晚点。有网友直呼:18分钟车程晚点65分钟。

小小风筝缘何有如此惊人的伤害力?据铁路民警介绍,高速运行的列车会产生强大的空气吸力,在铁路沿线放风筝、孔明灯、气球等,很容易被“吸”进去。铁路线路上的高压接触网一旦碰触异物,极易造成供电短路,影响列车正常运行,导致列车紧急刹车,造成车体损伤。放风筝的人也有可能被接触网的高压电击伤,造成不可挽回的损失。

现实生活中,发生“小风筝”惹出“大事故”的领域远不止铁路行

业,还有电力、航空等部门。为确保这些涉及国计民生和公共服务行业的安全,国家都出台了相关禁令。放风筝是中国的传统习俗,也是国人亲近自然、放松身心的有益活动,尤其颇受青少年喜爱。在从事此类娱乐游玩活动时,应注意选对场合、掌握技术、遵守规则、确保安全,不能有丝毫的疏忽大意。

概言之,要选择空旷人少的场地放风筝,远离铁路、高压线和高层建筑等。放飞时要尽量戴手套,以免手指被风筝线割伤;放风筝时需要倒行和长时间仰头,要特别谨防摔倒和脊椎受伤,收回风筝时动作要尽量放缓。

有话就说

鼓吹“财富自由门槛”是在“贩卖焦虑”

■董 璐

1900万才是入门级?这样的“财富自由”高标准有多少人能达到?达不到的人又该如何面对?

日前,胡润研究院发布的《2021胡润财富自由门槛》,将入门级财富自由门槛设定为“一线城市1900万元,二线城市1200万元,三线城市600万元”,成为很多朋友茶余饭后的谈资。

设立目标、鼓励奋斗,这不是一件坏事,但人为设置“财富自由门槛”,鼓吹人们好高骛远,追求脱离

多数人实际水平的“高标准”美好生活,难免有“造噱头、博眼球”之嫌。《2021胡润财富自由门槛》看似是数据发布,实际是一门生意,引发的是社会焦虑。

对美好生活的向往,绝非只是追求物质财富那么简单。健康的体魄、美满的家庭、成功的事业以及心灵的满足,都是值得骄傲的财富。放眼国家,绿水青山、文化积淀、科技创新,等等,也是我们所拥有的宝贵财富。这些岂是金钱能衡量的?



幸福是奋斗出来的,但不能被无聊的数字绑架。墙角有花正开放,很美;但一定要说,花开遍野才是春,春天也傻眼,小花也焦虑。

世相浅见

本栏点评 张 风

1. 小红书日前公布平台打击炫富专项治理结果,对一批涉嫌刻意炫富、恶意炒作的账号和笔记做出禁言、封禁处理,此次专项治理共封禁账号2371个。据小红书生态安全负责人介绍,已将打击炫富纳入常态化治理流程,将持续对发布刻意炫富等不良价值观、奢靡浪费等不健康生活方式的内容进行全方位审核清理,对涉及的账号从严处罚。

点评:用户将小红书作为生活攻略搜索引擎使用,真正有用的内容才会满足用户需求,但刻意炫富内容违背了“真诚分享”原则,将直接影响内容平台的生存根基。从这个意义上说,平台依法清理、打击“刻意炫富”等不良内容,既是履行社会责任的自觉行动,也是维护自身发展权益的内在要求。网络不是法外之地,内容平台、内容社区不是低俗庸俗的喧闹场,内容平台应与监管部门形成合力,自觉在内容审核、筛查、处置等环节形成闭环,决不给不良内容提供传播空间。

2. 椰树集团的广告又一次引发争议。近日,椰树集团在其官方微博发布了一则“培养正副总经理学校招生”的广告。其中,“入学就有美女帅哥追”等话语以及广告风格引发网友吐槽,有网友批评其故意吸人眼球,低俗炒作,甚至有可能是虚假宣传。日前,海南省市场监管局已依法对椰树集团海南椰汁饮料有限公司发布涉嫌违法广告的行为进行立案调查。

点评:已经记不清这是椰树广告第几次“翻车”,其低俗营销为何依然屡禁不绝?究其原因,一方面是利益驱使,随着竞争加剧,商家为追求短期流量爆发,采取非常规的营销手段。另一方面是违法违规成本过低,网友吐槽完就完了,相关部门处罚也就罚点款,丝毫不妨碍商家继续赚钱。这样看来,要遏制低俗营销,必须让商家为其行为付出更沉重的代价。为此,公众和政府部门要形成合力,该出手时就出手,绝不能让他们交一点罚款就了事,更不能让他们一边挨骂还一边赚得盆满钵满。

3. 日前,四川成都一女子饭店内劝邻桌勿吸烟被泼不明液体事件引发热议。3月30日,涉事火锅店公司发布声明称,该公司决定对涉事门店开出5万元罚单,如再有此类事件发生,将取消其加盟资格。

点评:应当意识到,像上述事件中的女子那样制止吸烟行为,固然值得点赞,但要想真正充分做到“室内公共场所100%全面禁烟”,无疑又不能仅靠个人的单打独斗,更需要整个社会制度化的强有力支撑,而在“全面依法治国”法治语境下,这种制度化支撑的最重要关键环节正是——科学立法,以及接下来的严格执法。诚如中国控烟协会疾呼的,保护公众免受二手烟危害的唯一有效办法,就是通过立法规定室内公共场所、工作场所和公共交通工具全面禁烟,全国无烟立法不能再等了。

今日论坛

实体书店缘何逆势上扬?

■何其聪

2021中国书店大会发布的《2020—2021中国实体书店产业报告》数据显示,2020年中国有4061家实体书店新开业,同比2019年净增2488家。回顾2020年,电影、演艺等线下文化消费普遍受疫情冲击严重,相比之下实体书店数量逆势上扬,增长数据着实令人惊艳。

如今,“书店+餐饮”“书店+文创”“书店+文旅”“书店+出版”“书店+婚庆”等各类跨界经营,已成为城市书店各具特色的经营状态。绝大多数书店通过多业态经营,弥补图书销售利润不足,逐渐探索出各具特色的经营模式。一些实力较强的出版社依靠强大的内容IP和品牌影响力,着力打造连锁门店的特色主题空间,实现书店品牌输出,为各类文化空间提供选书、供书、策划、运营等全产业链服务。此外,全国还涌现出一大批社区书店、专业书店、特色书店,它们通过深度服务和群体黏性,帮助书店深度嵌入城市生活。

中国书店业用10年时间浴火重生、走出低谷。疫情没有打倒书店,反而倒逼行业加速转型成长。当然,书店面临的新问题仍然很多。例如,网红书店如何将流量转换为真实的阅读量和销售额?如何提供高质量、更具黏性的深度服务,开创更多差异化经营模式?如何深度链接出版业、消费者、产品、空间,建立一个更默契的行业发展链条?书店业未来仍需时刻保持危机感,与政府、社会合作形成三方合力,继续保持谨慎而清醒的行业心态,提高可持续发展能力。