□责任编辑:周培尧 □美术编辑:陈惠婉
□电话:0595-22500062 传真:0595-22500225 E-mail:plb@qzwb.com

泉州晚报 2026年11月2日 星期一

购物先“审批”

让消费回归理性

□王志顺

“双十一”临近,一款主打“消费审批”的小程序在年轻人社交圈悄然走红:下单之前,用户匿名提交购物申请,写明商品价格、购买缘由以及备选方案,交由陌生网友投票留言,再决定这笔消费到底该“放行”还是“拦下”。小到几块钱的零碎物件,大到上万元的数码家电,各式各样的购物申请铺满平台广场,不少年轻人把网友的反馈,当作拉住消费冲动的一道刹车。(10月28日《中国青年报》)

过去,一笔消费是否划算、有无必要,多由个人斟酌,或是与亲友商议后定夺。而今,直播间限时提示、社交平台持续种草,不断挤压消费决策的思考空间。不少人在层层营销话术的裹挟下仓促下单,待到收货方才醒悟,商品并非生活刚需,不过是促销氛围催生的无效消费。

长期浸润在算法信息流之中,习惯于参照他人评价选购商品,一些人甄别商品价值、独立做出取舍的能力逐步弱化。主动寻求外部视角把关,为消费决策增设缓冲环节,正是年轻人直面算法裹挟、主动把握消费自主权的一种尝试。来自不同生活境遇的网友,会从性价比、使用场景、产品品质等多个维度分享看法,帮助申请者打破信息茧房,发现此前被忽视的问题,以多元声音冲淡单向的消费鼓动。

这套评议机制,也孕育出超越购物本身的温情。部分申请是为亲友甄选礼物,评论区时常流淌着无关比价的善意与祝福。申请者同时也是评议人,在建言献策中传递陌生人之间的暖意;浏览各色消费诉求、留下平实看法,也成为部分用户轻松的休闲方式。私人的消费抉择,由此转化为温和的轻社交。

但这类工具自带先天局限,绝非根治冲动消费的万能药方。二元对立的投票模式,难以承载消费选择里丰富的个体差异。每个人的消费诉求各有侧重,有人优先考量性价比,有人愿意在财力可及的范围内,为兴趣与体验付费,适度悦己也是正常的情绪调节方式。陌生人的判断植根于自身生活经验,很难读懂每一笔消费背后独有的情感寄托与特殊场景。

说到底,消费最本质的意义,是用手里的钱匹配自己真实的生活需求,而不是为了拿到一份在别人眼里“完全正确”的账单。陌生人的意见可以拿来当参考,帮你在脑子发热的时候及时踩下刹车,但他们从来没有资格定义你的消费到底值不值得。只有平台少做点诱导冲动的营销,消费者守住自己判断的定力,每一笔钱才能真正花到生活的实处,整个消费市场也才能真正走向高质量的可持续发展。

为“银发候鸟”铺就出行通途

□吴志明

今晚评 中国晚报优秀专栏

近日,泉州交发集团权属泉运集团安溪分公司的《福建安溪依托定制客运铺就“银发候鸟”出行通途》案例成功入选交通运输部定制客运典型案例。这份国家级荣誉,不仅是对一条城际客运线路的肯定,更折射出县域道路客运在老龄化社会背景下主动求变、服务民生的转型智慧。

这趟定制客运的亮点,首先在于精准回应了真实需求。安溪与厦门相距近百公里,大量安溪老年人工作日赴厦帮衬子女照看孙辈、周末返乡休养,形成“周末迁徙”的跨城出行现象。过去,这些老人必须前往长途客运站乘车,耗时费力换乘奔波。城际定制客运打破传统班线“按部就班、定点发车”的惯性,线路双向对开、日均超40班次,在安溪布设15个停靠点、厦门布设13个停靠点,把站点嵌入社区、农贸市场、茶乡老街,老人步行数分钟即可就近乘车,大大方便了出行。

更值得称道的是,这条线路将“适老化”理念贯穿服务全过程。针对老年乘客安全牵挂,创新开放车辆实时定位共享功能,家属可随时查看行程动态,车辆数据同步接入县级交通运行监测中心,构建起“企业—家属—行业”三方守护模式;车厢配备应急药箱、放大版乘车指南,司乘人员常态化开展适老化服务培训,让出行既有看得见的安全保障,也有触手可及的暖心服务。

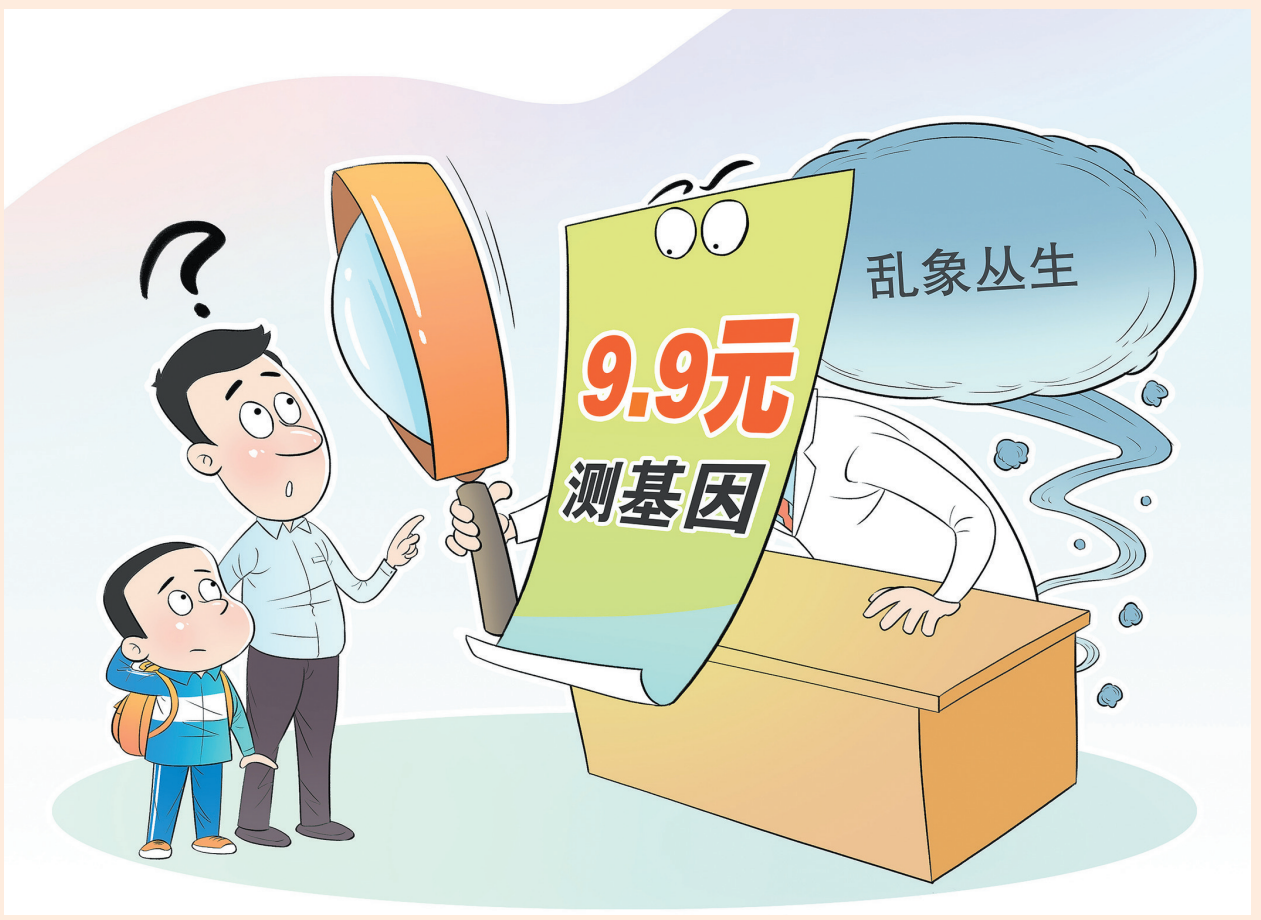
从更广视角看,“银发候鸟”定制客运是县域交通适老化改造的样本。当前,我国老龄化程度持续加深,老年人跨城探亲、就医、旅居需求日益增长,但城乡客运服务在适老化方面仍存在短板,跨城出行不便。安溪的实践证明,只要精准对接老年群体出行痛点,通过数字化赋能、跨部门协同、服务细节优化,就能把“就近上车、全程可视、亲情接站”连成闭环,为老龄化社会提供可复制的交通解决方案。

从客运改革视角看,“银发候鸟”定制客运是传统客运转型的生动实践。面对高铁、网约车等多元出行方式冲击,传统班线客运陷入“客流下滑—班次减少—服务萎缩”的恶性循环。安溪交运部门主动转型、贴近需求,将“站到站”的固定模式升级为“门到门”的灵活服务。这种“从群众需求出发”的改革思路,让客运班线重新找回市场活力,带来了稳定的客源,实现了群众获得感与企业可持续运营的双赢。入选国家级典型案例,正说明这条路径具有可复制、可推广的普遍价值。

当然,一条线路的成功不是终点,而是深化服务的起点。下一步,“银发候鸟”定制客运还可从几处细节继续完善。比如降低老年人使用门槛,保留电话预约、线下代购票等渠道,推广家属代下单等功能,避免老年人因不会使用智能手机而“被挡在门外”。同时可结合数据,顺应潮汐客流灵活调配班次,优化站点与接驳,对医院、菜市场、高铁站等高频点位,进一步完善遮雨、座椅和无障碍引导,并加强与城市公交、地铁的换乘衔接。还应在探亲出行基础上,探索就医专线、康养休闲专线等服务,提高运营效率。同时畅通线下意见收集渠道,让服务改进更有依据。

“银发候鸟”定制客运的可贵之处,在于用服务的“精细度”赢得经营的“可持续”,用改革的“小切口”撬动民生的“大改善”。期待更多地区借鉴该模式,从多个场景切入,让定制客运网络覆盖更多民生需求,让传统客运在转型中激发市场活力,真正成为群众“走得了、走得好”的出行保障。





9.9元就能做基因检测?近期在电商平台,一款标价9.9元的基因检测产品,竟有上万人下单。消费者下单采集口腔拭子寄回后,12天可取报告,但不少检测结论模棱两可,还有网友吐槽报告连血型结果都出错。专家指出,公众需要理性区分趣味解读和医学诊断,平台和监管者更要守住底线,不能让严肃的生命科学,沦为收割大众猎奇心理的营销生意。

(《新京报》/文 视觉中国/图)

婚宴吃外卖

因人而异是关键

□张西流

10月26日,黑龙江大庆一位网友发视频称,参加朋友婚宴却吃了一桌子外卖:奶茶、炸鸡、麻辣烫摆上桌。新娘李女士回应,婚宴共30桌,她专门为朋友留了3桌外卖席,每桌1000元,还笑称若非为配合长辈,整场婚宴都想订成外卖。新闻一出,争议随之而来:婚宴可以吃外卖吗?(10月27日极目新闻)

以往说起婚宴,很多人的印象是,宴席排场大、菜品数量多,为了撑场面盲目加菜,最后剩菜堆积,大量食物被白白倒掉。新人别出心裁,在婚宴上选用外卖套餐招待宾客,简化流程、按需备餐,这一新颖别致的尝试,跳出了婚宴攀比的固有套路,看似简单朴素,实则是贴心的创意,背后蕴藏着理性务实的节俭新风,为移风易俗提供了新的打开方式。

长久以来,婚宴被赋予太多“面子”负担。不少地方形成不成文的习俗,宴席桌数、菜品数量、食材档次,都成为衡量诚意的标尺。新人担心菜量少被亲友议论,往往超量备菜,宴席结束,很多菜肴几乎未动,直接沦为厨余垃圾。这种讲排场、比阔气的风气,不仅抬高了办酒成本,加重新人家庭的经济压力,更造成严重的粮食浪费,和厉行节约、反对餐饮浪费的倡导背道而驰。

婚宴选用外卖,不等于敷衍待客,核心在于按需供给、量力而行。新人可以根据到场宾客人数精准下单,菜品搭配灵活,分量可控,从源头减少过量备餐带来的浪费。同时,外卖品类丰富,口味选择多元,能够兼顾不同年龄、不同口味偏好的宾客。对新人而言,省去了预订酒店、协商菜单、现场统筹的繁琐环节,大幅压缩婚宴开支;对宾客来说,宴席的核心是见证祝福,丰盛奢华的菜品从来不是情谊的评判标准。

当然,这种新颖模式也不能简单照搬,贴心是前提,节俭不是唯一追求。婚宴承载着仪式感,食品安全、用餐体验、现场秩序都要落到实处。选用外卖必须严把商家资质关口,确认食材新鲜、配送规范,做好保温保鲜,避免菜品变凉、口感打折;还要提前和亲友沟通,尊重本地习俗和长辈想法,避免让部分宾客产生被怠慢的感受。

移风易俗从来不是强制改变传统,而是提供更多元的选择。过去倡导婚宴节俭,大多停留在口头劝导,而新人用外卖办婚宴,是普通人用实际行动做出的示范。其打破了“婚宴必须在大酒店、摆满硬菜”的刻板认知,向身边亲友传递一个观念:婚礼的珍贵在于真情,不在于饭菜的奢华。这种接地气的实践,更容易带动身边人,反思攀比式办宴的陋习,让节约理念融入人情往来之中。

莫拿“老登”乱贴标签

□郑运钟

锐评

近日,一场汽车品牌发布会引发了一场关于“老登”的争论:某新能源汽车品牌的一位“00后”产品经理在介绍设计时,多次用“老登”调侃老板和传统审美,声称要拒绝“登味”。言论引发争议后,她公开道歉。公司高管随后解释,这只是年轻团队对内部管理者的玩笑,原本希望展示一种更加平等、松弛的企业文化。(10月28日观察者网)

“老登”源于东北方言,本义指行为不正经、为老不尊的中老年男性,当面称呼他人足以引发冲突。2024年前后,老登电影、老登文学被用来批判男性视角主导的文艺。随着网民广泛使用,其含义也逐渐发生变化:“登味”不再必然关联年龄,而被用来形容固执、说教、以资历压人的精神状态。这一网络新词给了年轻人一个表达的出口,指向的是“以自我为世界中心、拒绝看到他人”的沟通方式,而非单纯的年龄歧视。

其含义的演变过程说明,“老登”在网络空间得到了全新的诠释,富有相当的创造性,又能带来调侃、松弛的表达效果。年轻人用它吐槽饭桌上强行劝酒的人、职场上用资历压人的前辈,本质上是在为一种长期存在却难以命名的体验寻找出口。互联网语境下,一次玩梗未必就是蓄意冒犯,把所有使用者都归结为不尊重长辈,这样的看法显然过于狭隘。在这个层面上,公众对“老登”在私人对话、自我调侃、文化批评中的使用,确实可以更宽容。

但用于标签化一个群体,性质就变了。

当它被用在商业传播中、与“不懂年轻人”绑定在一起时,听者很难不把它理解为对某个年龄群体的整体判断。显然,该品牌发布会上的用法,不再是年轻人对某种沟通方式的反抗,而是品牌方对消费者进行公然的群体划分。该品牌的潜在购车者中,相当一部分是中年男性。他们没有做出任何“登味”行为,仅仅因为年龄,就被归入了被嘲讽的类别。本质上,这是在划分圈层、制造隔阂。一家颇有影响力的公司,把一部分消费者群体公然标签化,这显然不妥。

更何况,在发布会这样的公开场合使用,尤当注意分寸。熟人之间私下交流,对话是双向的,被调侃者可以当场笑骂回去。但发布会上,被指向的消费者与说话者之间不存在对等的话语空间。说到底,这是私下玩笑与公共表达的边界问题:圈层梗在朋友群聊里或许只是戏谑,一旦放到面向全网的直播间、产品发布会,受众不再局限于懂梗的小圈子,原本的玩笑在流量放大下极易被解读成对一部分消费者的否定。

无疑,对“老登”这一网络梗,我们可以用宽容的心态来面对。特别是,年轻人自我表达和文化批评中的使用,完全可以接纳。但在公共传播中,则应当更严格。需要澄清的是,公众的宽容依据的不是这个词“本身好不好”,而是使用它的目的是否用来标签化一个群体,以及使用它的场景是否保留了对话的平等性。

说到底,梗本身可以承载情绪、容纳调侃,可一旦它被用来简单标记、划定某一类人群,用年龄或者身份贴标签,它就已经越过了公共传播的那条红线。私人语境里的松弛戏谑,不该直接平移到面向大众的商业舞台;表达的自由,永远建立在尊重不同群体、拒绝制造对立的底线之上。



温陵茶座

年轻人“喝大水”

□本期主持:周培尧

最近,“弱者喝饮料,强者喝大水”的一套“大水理论”在网络上走红。一批年轻人开始放弃奶茶、咖啡,人手抱着一瓶1.5L的瓶装水并以此为荣。但与此同时,“吨吨桶猛灌水当心水中毒”的话题冲上热搜。这一现象引人深思:这股养生热该不该追?怎样喝水才算科学健康?

守护健康 值得肯定

@文魁:曾几何时,奶茶、碳酸饮料是不少年轻人的日常饮品,长期摄入过多糖分,加重身体负担。如今许多人主动转向白开水,这无疑是生活方式的可喜转变。在快节奏的职场生活里,人们开始重视喝水这件小事,足见年轻人自我健康管理意识的觉醒,这份从日常点滴做起的健康追求朴实又可贵,值得肯定。

@江苏胡建兵:“大水理论”本质是年轻人用玩梗的方式,把“多喝白水”这件小事,变成门槛最低的基础养生。几块钱的大瓶水,既能替代高糖饮料,又能晒出自律状态,性价比直接拉满。这波“大水理论”热潮,既是年轻人面对健康与生活压力的一种自嘲式解压,也是一次消费观念上的积极转变。

@摇摇:“大水理论”的走红,本质是年轻人对健康焦虑的一次集体自救。1.5L大瓶水看起来更显仪式感,能有效提醒久坐族定时补水,改善便秘、皮肤干燥等常见问题。从社会心理看,它创造了一种低成本的自律人设,有利于培养健康的养生习惯。同时大瓶水减少了塑料小瓶的消耗,环保上也更友好。这股风潮让“多喝水”变成了社交货币,推动公众对每日饮水量的关注,具有正面价值。

尊重差异 不可盲从

@吴玲:年轻人“喝大水”的风行,要警惕陷入“喝水越多越好”的认知误区,切勿盲目跟风大容量“吨吨桶”,更不要短时间猛灌水。从医学角度来说,短时间大量饮水,会引发稀释性低钠血症,也就是常说的“水中毒”,情况严重时会损伤脏器,甚至危及生命。对普通成年人而言,每天饮水1500至1700毫升基本就能满足身体所需,饮水当顺应身体需求、量力而行,不必被网络打卡的风潮裹挟。

@秋实:把“喝大水”等同于强者,本身就是一种片面标签化的跟风。不少年轻人被网络话术裹挟,短时间内大量猛灌瓶装水,忽略身体耐受度,甚至出现水中毒风险,反而背离养生初衷。这套“大水理论”带有营销和情绪煽动色彩,容易误导大众。养生贵在理性,不该追逐网红概念,更不能用极端方式标榜自律。

@绿色春天:把“喝大水”当成必须完成的打卡KPI,完全忽略个体体质差异,短时间内灌水速度远超肾脏排泄上限,反而可能引发低钠血症,甚至诱发急性水中毒。养生从来没有统一模板,更不是靠攀比饮水量就能速成的事。与其跟风追求“大水仪式感”,不如回归少量多次的科学饮水,才能避免养生变成伤身。

理性选择 科学养生

@梧桐夜语:“弱者喝饮料,强者喝大水”的流行,折射出年轻人对健康生活方式的向往,但盲目跟风并不可取。水虽为生命之源,过量饮用却可能引发“水中毒”,反而伤身。科学饮水,贵在适量、适时、适人,而非追求“吨吨桶”式的仪式感。与其被网络热词裹挟,不如倾听身体真实需求。真正的养生,不在形式,而在日常点滴的理性与自律。

@棒棒熊:喝水应该是口渴即饮、不渴不勉强,随天气、活动量与身体状态灵活调整。心态同样如此:以白水为主值得提倡,偶尔喝奶茶、咖啡也无需有负罪感;重视饮水健康,却不必上升为“强者弱者”的价值评判。健康是多元平衡,不是非黑即白的极端,真正的健康靠规律作息、均衡饮食、适度运动共同支撑。

@浙江开化齐振松:网红养生总爱将健康简单量化,把饮水变成机械打卡任务。事实上,官方公布的每日饮水量仅为参考标准,并非硬性指标。出汗、体质不同,饮水方式也应灵活调整,切忌一概而论。养生贵在适度和适配自身情况,科学喝水讲究少量多次、按需补充,而非盲目跟风冲量。摒弃虚假的自律内卷,遵从身体真实需求,才是最靠谱的养生方式。

下期话题

最近,不少高校向“水课”出手了。湖北汽车工业学院近日发文,要求教师规范核心板书,“严禁全程依赖PPT”;济宁医学院也要求杜绝长时间“念课件”等现象。对此,有网友认为是纠治念PPT惰性,让课堂回归互动。但也有网友表示,此举治标不治本,提质关键在评价改革与教学自主。对此您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“大学禁用PPT”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。