

热点追评

《繁花》带火上海游的启示

苑广阔

《繁花》热播后,带动了“老上海”一系列取景地的旅游热度上涨。作为剧中故事的重要发生地之一,上海老牌五星酒店——和平饭店近期走红,预订和咨询电话几乎每天都被打爆。上海市民齐先生接受记者采访时表示,南京东路上的和平饭店、茂名南路的花园饭店、锦江饭店近来都有不少四面八方赶来的游客拍照打卡。

1月11日《扬子晚报》

电视剧《繁花》的同名原著是作家金宇澄的茅盾文学奖获奖作品,而导演则是香港著名个性导演王家卫,再加上胡歌、马伊琍、唐嫣、辛芷蕾等一干实力派演员的倾情演绎,最终让《繁花》一炮而红,成为2024年的热门大剧。而伴随着《繁花》走红,在电视剧中出现的一些上海老建筑、老景点,也受到了无数剧迷和观众的追捧。据媒体报道,上海某条马路,近期因为拍照打卡的游客太多,原来没有红绿灯的,不得不临时安装了红绿灯。

由一部电视剧带火一座城,这是我们愿意看到的。文

旅融合的概念近年来十分火爆,而不管是电影还是电视剧,都属于文化的范畴,所以从这角度来说,通过一部电影、一部电视剧而让全国观众知道、了解一座城市,一个地方,并且愿意亲自到这座城市或这个地方来走走看看,品尝一下当地的美食,走的时候还顺手带一些当地的土特产,恰恰是文旅融合的典范。这样的文旅融合,对于推动地方旅游经济的发展,显然也是大有裨益的。

实际上,近年来这样的案例越来越多了。2023年的大热剧《狂飙》,让原来名不见经传的广东江门台山市,同样一夜走红,吸引了来自全国各地的游客前来观光游览,品尝电视剧中多次出现的当地美食——猪脚面。

而当地的文旅部门,紧紧抓住这样的契机,推出了多条和电视剧《狂飙》有关的精品旅游线路,这些旅游线路把《狂飙》中出现的各处取景点,代表性的美食进行了有机的串联,游客只要按照这条线路进行旅游活动,就既能够品尝

到猪脚面等各种美食,同时也和电视剧中的取景点对上号。而且,游客来了以后,才会发现,原来当地除了在电视剧中出现的美食,景点,还有其他同样值得品尝的美食,同样值得看的风景,值得体验的风土人情。

如此一来,不但有效推动了当地旅游经济的发展,而且还极大提升了当地的知名度,让更多人认识到了当地的自然风景、风土人情以及各种特产、美食等等。很显然,这也是一种典型的文旅融合。随着近年来国内影视剧行业的繁荣发展,类似这样的例子,越来越多,也让从地方政府到有关部门,再到企业商家,都认识到了影视剧对带动一个地方旅游发展的重要性,认识到了文旅融合的重要性。

所以不管是地方政府,还是相关职能部门以及当地的企业商家,当机会来临,一定要好好把握,同时切实维护当地的旅游市场秩序,提升旅游接待服务水平,让游客得到更好的旅游体验,力求把“爆红”变成“长红”。

街谈巷议

“脆皮”是自嘲 但更应是自省和自救

龙敏飞

最近一段时间,“脆皮青年”“脆皮大学生”成了一些年轻人的新标签。打个哈欠脱臼了,摔一跤骨折了,换件衣服扭到腰了……不少网友分享自己的“脆皮”经历,在自嘲之余,更为年轻人敲响身体健康的警钟。

1月11日《中国青年报》

“炸个香肠给自己炸个二级烧伤”“侧躺玩手机确诊斜视”……诸如此类让人哭笑不得之事,近来频频冲上热搜,也让“脆皮青年”备受关注。如果说,一开始这只是调侃和自嘲的话,如今则慢慢地有实例佐证:某医院急诊科单月接诊了1700多名18岁到25岁之间的年轻人,其中多为外伤、腹痛、胸闷;调查显示,在年轻人的各类健康困扰中,记忆力下降(43.4%)排在第一位,其次是情绪差、不稳定(42.2%),免疫力下降(41.9%)排在第三位。年轻人的“脆皮”属性,正在被坐实。

“脆皮”一词之所以能走红,说明其在一定程度上引发了群体性共鸣,也证明年轻人亚健康的情况较为普遍。数据显示,63.0%的受访青年感觉身体处于亚健康状态,7.5%的受访青年表示“不好说”,不到三成(29.5%)认为自己挺健康。这样的现实,值得关注,也应该引起重视。

在固有认知里,年轻人风华正茂、意气风发,本该是朝气蓬勃、生龙活虎的年纪,可为何会“脆皮”呢?这背后原因不难分析。第一,很多年轻人作息不好,经常熬夜,再加上饮食不规律,身体素质不断下滑自在意料之中。第二,如今不少年轻人不是“居里夫人”就是“毕加索”,喜欢宅在家不愿出门,也不喜欢运动,身体素质自然难以提升。第三,对如今的年轻人来说,来自工作、生活、情感等方方面面的压力同样不容忽视,这也会给年轻人的成长带来极大的负面影响。种种因素叠加之下,年轻人处于亚健康状态,具备“脆皮”属性,便也不足为奇了。

当“脆皮”成为年轻人的标签,健康教育就该积极稳妥地推进。健康教育涵盖健康观念、健康饮食、体育运动等多个方面,是预防年轻人“脆皮”的重要法宝。在一次次的探讨中,一些共识逐渐达成,要避免年轻人的“脆皮”属性,就应该让健康教育进入校园,成为一门必修课,覆盖孩子成长的各个阶段。如此,不仅可以提高学生个人的防护意识,有利于他们的健康成长,更能让健康理念深入孩子们的灵魂与骨髓,成为让他们受益一生的宝贵财富。那加强顶层设计,就应尽早提上议程并付诸行动。

年轻人的健康成长,不仅要“文明其精神”,更要“野蛮其体魄”,面对“脆皮”的属性,除了自嘲之外,更要自省和自救,让心理状态和身体状态都处于更好的一个位置,如此才能经得起风雨、受得住磨砺、扛得住摔打,也才能迎接更加健康美好的未来。

三江热议

“龙年味道”,就是传统文化的味道

郭元鹏

尽管离农历新年还有一个月,但“龙年氛围感”已经拉满。在“龙年效应”加持下,在宁波人的年货清单上,新中式穿搭、龙年文创、国潮手工、龙年潮玩等“情绪价值消费”炙手可热,成为重头戏。

1月11日《宁波晚报》

通过早早到来的“龙年味道”,我们看到的是人们对于传统文化的喜好,对于民俗文化的钟爱,对于龙年春节的期待。最近这几年,我们一直在强调文化自信,一直强调文化传承。“龙年味道”就是传统文化的发扬光大,如何让“中国年”更像“中国的年”,祖国各地飘散的“龙年味道”给出了最美的答案。

传统文化的回归,传统民俗的传承,需要融入我们的心里,需要融入我们的生活。春节是一个特殊的日子,这个节日在我们国人的心中重若千

钧。人们对各种龙年元素商品、龙年元素民俗、龙年元素文化的情牵,值得我们惊喜与祝福,这说明我们的传统文化在熠熠生辉。

说到“龙年味道”,最值得一说的就是“新中式穿搭”。在“龙年效应”加持下,“独占鳌头”龙头帽、“龙女色”口红、龙年联名拜年服、绣龙睡袍等爆款频出,吸引大量关注度。新春消费的热潮下,搭载“龙元素”的新中式穿搭更是随处可见,不少原创汉服品牌都推出了龙年拜年服、龙头帽,浓浓的中国风年味扑面而来。

生肖经济、龙年窗花、龙年文创、龙年台历、龙年红包成为热销商品。老百姓喜欢“龙年味道”实际上体现的是对传统文化的爱恋。这是我们传承传统文化的基础和载体。而对于地方政府、地方部门而言,则需要思考的是:如何借

助老百姓喜欢传统文化的机遇,把“中国年味”变得更厚重、更隆重。

让我们欣慰的是,近年来传统元素不断回归到了我们的生活里,各种传统节日被放在了重要的位置,各种渐行渐远的民俗活动,也从“灯火阑珊”里走进了“灯火辉煌”里,猜谜语、看花灯等民俗活动如火如荼。各种民间美食、民间技艺也登上了大雅之堂。传统元素、文化元素与现代生活、时尚生活的对接与融合,让“中国年”更有味道。

作为中华民族的图腾,中国人对龙这一传说中的神兽心理上更为重视,可以说达到了最高级别。这是因为,龙在人们心中的地位实在是太高了,某种程度上已经成为中华民族精神力量的象征,激励着人们不断进取、永远拼搏。祝愿祖国的发展龙腾盛世,祝愿人们的生活龙腾虎跃。