

## 热点追评

## 网红文创雪糕应该追求寓教于“吃”

苑广阔

近日,国内多地景区的文创雪糕在网上展开了“选美竞争”,网友们一边在景区购买文创雪糕,一边了解到了景区背后所蕴藏的中国传统文化,有趣的创意让文创雪糕频频登上网络热搜。

5月24日《北京青年报》

夏天到了,雪糕成为了热销品,而且天气越热,卖得就越好。但是此雪糕非彼雪糕,现在在年轻人当中流行的是文创雪糕。据不完全统计,目前市场上的文创雪糕,竟然有数百种之多,成为了一个庞大的产业。尤其是一些景区景点自行推出的网红文创雪糕产品,更是受到了年轻人的欢迎,价格虽然要比普通雪糕贵上很多,但还是很抢手,也由此成为了景区在门票之外增收的一种有效手段。

所谓的文创雪糕,简单来理解,就是充满文化和创意的雪糕产品。而景区推出的文创雪糕,则一般是选择景区内具有代表性的景点、建筑等等,然后请专业设计人员进行设计,最终制造出能够体现景区特点,以景区内独具特色的风景、建筑为造型的雪糕产品。这样的雪糕产品,不但可以吃了解渴,而且游客购买以后还能拿着雪糕和景区里的景点合影,然后发朋友圈。正如有网友所说的那样,一边通过吃雪糕消暑降温,一边能够利用雪糕了解景区背后的中国传统文化,还能够能够在微博朋友圈“嘚瑟”一下,感觉这笔钱花得很值得。

这样的“高附加值”,也让很多

文创雪糕成为了网红产品而受到了无数年轻消费者的追捧。应该说,这是一种多赢局面,景区景点和雪糕厂多了挣钱的渠道,消费者有了更多的市场选择,各取所需,各有所得。但美中不足的是,在笔者看来,多数的网红文创雪糕,只是“徒有其表”,也就是在外型上确实和一些著名的景点、建筑物神似,但是在内涵上却存在诸多的不足。而网友买到这样的网红文创雪糕以后,也仅仅是拍照发到朋友圈,然后就吃掉了,很难从中获得更好的教益,感受到传统文化的熏陶。

从客观原因来看,这当然是受到产品本身的限制。一块雪糕,方寸之地,同时又很容易融化,所以很难在上面做出弘扬传统文化和文史知识的大文章,但是另一方面,还是在于我们创意不够,或者在设计过程中,过于追求雪糕的形式美而忽视了内在美。既然雪糕本身难有文章可做,为什么不在雪糕的包装纸上,用来插雪糕的竹签上做做文章呢?比如把一些和景区景点有关的传统文化、历史知识、民间传说等通过文字的形式印制到雪糕的包装纸上,这样一来,当消费者拿出雪糕拍完照,就可以一边吃雪糕,一边阅读上面的文字了,在这种阅读中,也就感受到传统文化的熏陶,或者是学习到历史文化知识了,这才是真正的寓教于“吃”。

所以我们说,网红文创雪糕可以有,但不能只有“美丽的皮囊”,还应该真正体现出文化韵味来,才名副其实。

## 图说世相



## 100%果汁 第一原料 为何是水

随着人们对健康饮食的日益重视,果汁成为很多消费者心目中的健康饮食。记者走访北京的多家超市发现,“100%”几乎是果汁货架上各种产品“必备标识”。但事实上,这些“100%”背后的含义并不相同,其中有所谓的“鲜榨果汁”,但数量更多的则是复原果汁。

5月24日  
《北京青年报》

## 三江热议

## “电梯里的喜糖” 比邻而居需要更多以礼相待

杨朝清

“各位邻居:本人5月16日新婚,宾朋将至,电梯往返11楼频繁,给大家带来不便,还请谅解!略备喜糖,给各位业主沾个喜气!”一张“红色喜报”,寥寥数字;一袋喜糖,装满善意。前不久,出现在浙江宁波市北仑区某小区电梯里的“惊喜”,让住户们回味了好几天。

5月22日宁波晚报公众号

电梯是一种公共资源,因为结婚需要频繁使用电梯,难免会给其他邻居带来不便。“电梯里的喜糖”虽然没有面对面,但依然完成了一次互动——提前告诉一下邻居,表达一下歉意,懂得换位思考、拥有同理心的新婚夫妻,遇到了一群同样与人为善、成人之美的邻居。

有业主将电梯里的一幕拍下传到业主群里,祝福和点赞瞬间刷屏;有的邻居不仅笑纳了喜糖,还肯定了喜糖好吃,并给新人们送上真挚祝福;担心当天新人车位不够用,同一楼层的邻居主动腾出自家车位,并特地画出了示意图;更有住户带着孩子来新居门口赠一份喜气、讨一份热闹……在物质生活渐次丰盈的当下,邻居们意的并非那几颗糖果,而是新人们对自己的“以礼相待”;讲究投桃报李、礼尚往来的中国人,给予了这对新人以热切、体贴的回应。

装修也好,办喜事也罢,不可避免会比平时过多地消耗和

利用小区的公共资源。虽然这情有可原,“不得不如此”,但客观上影响了他人。在公众权利意识不断增强的今天,我们在维护自身权益的同时,也要学会站在别人的立场考虑问题;多一些换位思考,有助于减少矛盾纠纷与冲突。

“电梯里的喜糖”体现了这对新人难能可贵的道德自律和文明自觉,也见证了他们精神世界的健康与丰盈。因为“电梯里的喜糖”并非来自外部压力,而是源于这对新人的善意、礼貌与敏感、细腻。

学会和他人相处,是现代生活一种不可或缺的人际交往技能。小到一栋楼、一个社区,大到一座城市、一个国家,其良性运行和协调发展既需要以规则意识、公共精神为基础的法治,也离不开“礼治”。对邻居以诚相待、以礼相待作为一种润滑剂和黏合剂,让邻里之间互相体谅、互相成全,彼此都在感受美好、创造美好。

在理想的图景里,邻居不仅是物理距离上的比邻而居,也是一种“你中有我,我中有你”的利益共同体,还是一种守望相助的社会支持系统。“电梯里的喜糖”不仅反映了一对新人的文明礼仪与格调修养,也观照出人们对邻里关系的珍惜和重视。

“电梯里的喜糖”促进了邻里交往和社区参与,有助于构建新型邻里关系。

## 街谈巷议

## “封存犯罪记录” 是为了深爱不是为了错爱

郝冬梅

来自某省的小朱因参与盗窃,数额巨大,两年前被一家基层法院判处有期徒刑一年缓刑一年。案发时其年仅16岁,司法机关根据相关规定对其犯罪记录进行了封存。但今年年初,检察机关发现小朱此前曾参与黑社会性质组织的犯罪活动且情节严重,便“解封”了已封存的犯罪记录,准备提起公诉追究小朱更重的刑事责任。小朱的父母获悉这个情况后表示不解:既然小朱的犯罪记录已封存,为何又解封?

5月24日《宁波日报》

“封存犯罪记录”,是对于未成年人保护的一种法律手段,这种手段是为了“深爱”,让那些轻微犯罪,有悔改之心的孩子能够“回头是岸”。但是,“封存犯罪记录”不是为了放纵孩子的,不能把“深爱”变成了“错爱”。

我国《刑事诉讼法》第二百七十五条规定:“犯罪的时候不满十八周岁,被判处五年有期徒刑以下刑罚的,应当对相关犯罪记录予以封存。犯罪记录被封存的,不得向任何单位和个人提供。”可以看出,这种法律手段的“深爱”,其目的就在于弱化未成年人犯罪的负面“标签效应”,使其在复学、升学、就业、入

伍等方面不受或少受歧视。让他们通过“金盆洗手”实现人生的“纠正航道”。

但是,法律是“柔情”的,也是“无情”的。对于一些未成年人犯罪的情况,法律也同时进行了严厉的约束。法律对于“封存未成年人犯罪记录”也给出了两种情况之下的“解封”:一是“司法机关为办案需要”,二是“有关单位根据国家规定”。

因此,即便有了“封存犯罪记录”的“深爱”,家长也不能“错爱”,更不能“溺爱”。对于未成年人犯罪,家长需要教育孩子出了问题之后“坦白从宽”,要将自己的犯罪情况交代清楚,而不是为了符合“封存犯罪记录”的标准,故意隐瞒犯罪事实。最终只会害了孩子,也不可能被“封存犯罪记录”照顾。即便一时错误使用了“封存记录”还是会因为“事情暴露”而“解封”。

最重要的是,“封存犯罪记录”之后,作为家长还需要深度关注自己的孩子,不能让“已经有问题的孩子”再次出现了问题。“封存犯罪记录”,是为了“深爱”不是为了“错爱”,别以为有了“封存犯罪记录”就可以放纵孩子。对于这一点,家长必须要有正确认识。