聊 政/事/儿

让老年生活“分外香”

关艳玲

家家都有老，人人都会老。开发老年群体这座“富矿”须呵护优先、健全保障、消除后顾之忧，才能让银发资源可持续发展。

今天是九九重阳节，老年人的节日。当然，这也是年轻人的节日，之所以这样说，一来觉得老年人也该有颗年轻的心，二是年轻人都要有颗敬老之心。

最近，关于老年人的各类报道不少，其中有两条消息尤其引人关注。一是民政部、人力资源社会保障部、农业农村部联合印发通知，鼓励有条件、有意愿的农村老年人担任农村助老员，开发农村助老公益性岗位，给予岗位补贴；二是教育部、财政部计划招募义务教育阶段银龄讲学教师6000名，选拔优秀退休教师到教育发展薄弱地区讲学。从农村助老员到银龄讲学教师，“老有所为”更加丰富也更为具象。

一谈到老年人，过去很长时间内，很多人容易刻板地与需要照顾帮扶相联系，甚至“谈老色变”，把人口老龄化当作沉重的负担，还有人把老年等同于安于休养，不再参与社会活动。

现在看来，老皇历看不得了，今天的老年人并不只是需要照护的群体。他们当中，很多人拥有更高的教育水平和更强烈的社会参与意愿，在老有所养、老有所乐的同时，还期待老有所为，“活力老人”这个新词儿就是为他们量身打造的。

从社区里调解邻里矛盾的银发志愿者，到校园中讲述红色故事的老党员，再到奔赴乡间传技授业的老科技工作者……很多老年人在经验、知识、技能等方面仍有优势，他们以扎实的专业积淀、丰富的社会阅历和深厚的乡土情怀，在多领域发光发热，用实际行动证明，老年是有作为、有进步、有快乐的重要人生阶段。

截至2025年末，我省60周岁及以上老年人口达1346万，这是我们的宝贵资源。“家有一老，如有一宝”，老年群体是一座蕴藏着积极正能量的“富矿”。

用好这一“宝”，关键是精准高效“挖矿”，把潜能转化为动能。从所见所闻看，“老有所为”大有可为。可以在“取长补短”上做文章，就拿上述这两条消息来说，农村助老员和银龄讲学教师，既充分发挥活力老人的优势，让银发资源不被闲置，也是农村养老服务人才短缺、教育发展不均衡的破题之举。也可以在“拓展空间”上下力气，比如鼓励开发适合老年人的多样化、个性化就业岗位，鼓励知识型、技能型大龄劳动者以智力、技术入股等形式就业创业。还可以在“健全保障”上下功夫，老有所为，得先老有所安，无论是志愿服务、柔性就业，都得做好意外伤害防护、权益保护、激励关怀等配套工作，消除后顾之忧，银发资源才更可持续。

老年群体不仅是建设者，也是数量庞大的消费者。有调查显示，老年人已从过去“节俭养老”的形象，转变成规模庞大、需求多元、“悦己型”消费趋势明显的重要消费群体。从“养老”到“享老”，多元化、差异化、个性化的需求不仅在于增加供给，更在于催生新的产业链、创新模式与就业机会。老年群体正在成为一支消费“大军”。对于一个地区而言，精准匹配老年人需求，抢占银发经济赛道，既是激活消费增长的抓手，也是产业升级的蓝海。这块“蛋糕”可不小！

当然，开发老年群体“富矿”有个前提，那就是呵护优先。所谓“一宝”，就要一方面珍爱他们，一方面使其“发光”。

家家都有老，人人都会老。岁岁重阳，今又重阳，愿天下老年人生活“分外香”！

文化七日谈

有事还请好好打字

庄加逊

近日，一条吐槽企微群公示绩效排名的帖子意外带火了“有事好好打字”的话题。博主在末尾补了一句“别发长语音，别打企微电话”。一句话，戳中了无数人的社交焦虑。

文字消息可扫读、可回看、可搜索，方便延后回复；而一条几十秒的语音，并非所有人都能随时随地收听，既增加接收方的时间成本，也降低沟通效率。语音看似方便，但多数情况下只是单方面节省了发送者的时间。一段几十秒的语音，接收者需要花费大量的精力归纳其中的有效信息，转文字还可能出错且无法搜索定位内容。发语音快是快了，但话出口前尚来不及过脑，往往欲速不达。

为什么越来越多的人不愿意“好好打字”了？表面看是图省事，但换个视角，可能还潜藏着书写能力的结构性退化。Z世代的默认文字，其实是碎片化、口语化、表情包化的文字，用这些完成日常社交绰绰有余，但要组织得体的书面表达就显得不够用了。在某些特定的，尤其是工作场合，书面表达的能力必不可少。

语音的“省事”还省了人与人之间最起码的“分寸感”。它的“直接”本质上是对接收方注意力的抢夺与占用。放在长辈亲人或关系亲密的友伴之间，语音的确让沟通更容易也更及时。但如果泛而化之，确实让人倍感压力。在这个任何与你不相熟的人都可随意申请加好友、打电话、发语音的时代，边界感的守护就显得更为重要。说到底，语音不是不能用，而是要分场合、分对象。

一个本应让沟通更便捷的工具，用得不好，反而制造更多消耗乃至误解。真正的问题不在于选择哪种工具，而在于我们是否还愿意并有能力在按下发送键之前，先在自己的脑子里把话“过一遍”。

“有事好好打字”的讨论，最终要回到一个更朴素的问题上：我们是否还愿意为“被理解”付出一点努力？而理解永远是相互的。

热评

有些流量，就该赚不到钱

白 昊

互联网有时挺奇怪，有人靠才华出圈，有人凭本事走红，还有人靠挨骂涨粉。争议闹得越大，围观的人越多、骂声越响，流量越大。到头来，搅得舆论场上乌烟瘴气，当事人却赚得盆满钵满。

如今，互联网平台开始给这门“生意”踩刹车。近日，抖音公布热点治理成果，近一年来，打击仿冒蹭热账号2000余个，限制32名争议热点当事人“趁热变现”。相比处理了多少账号，更值得关注的是，平台开始尝试从商业变现环节入手，给借热点不当谋利的行为设限。

挨骂为啥能赚钱？因为在互联网世界，一件事支持者点赞、反对者转发，有人忙着辩解、有人追着质疑，争得越激烈，流量越大。对炒作者而言，争议意味着关注、粉丝和真金白银。于是，越是容易挑起对立的话题，越要添油加醋；越是剑拔弩张的局面，越要火上浇油。今天发视频回应，明天开直播解释，后天再抛出新的细节。一场本该回归事实、尽快平息的争议，被拖成了连续剧。

当制造悬念、继续拱火可以不断盈利，谁还愿意轻易放下手里的流量？这种生意一旦做成，就可能引来更多效仿者。久而久之，受损的不只是网络秩序，还有人们对规则和公平的信心。

此次抖音从限制变现入手，为治理借热点不当谋利提供了一个思路。过去，我们面对网络乱象，习惯于要求平台删帖、封号、辟谣。这些措施当然必要，但有时也会面临一种尴尬：谣言澄清了，热度已经起来了；争议平息了，可以持续变现的粉丝也留了下来。哪怕最终挑事儿的博主受到处罚，前期积累的关注也可能转化为后续收益。倘若违规成本抵不过流量红利，治理就难免陷入“按下葫芦浮起瓢”的困境。

一场争议能否持续发酵，除了内容本身，还与平台的传播、推荐和商业机制有关。既然有人冲着不当流量背后的收益而来，就得让这笔账变得不划算。平台既然掌握着流量分配和商业变现的规则，就不能让分配机制再轻易奖励恶意。必须用规则让恶意炒作者明白，炒起一场风波最后也赚不到钱。这比起事后苦口婆心地劝人理性，更有分量。

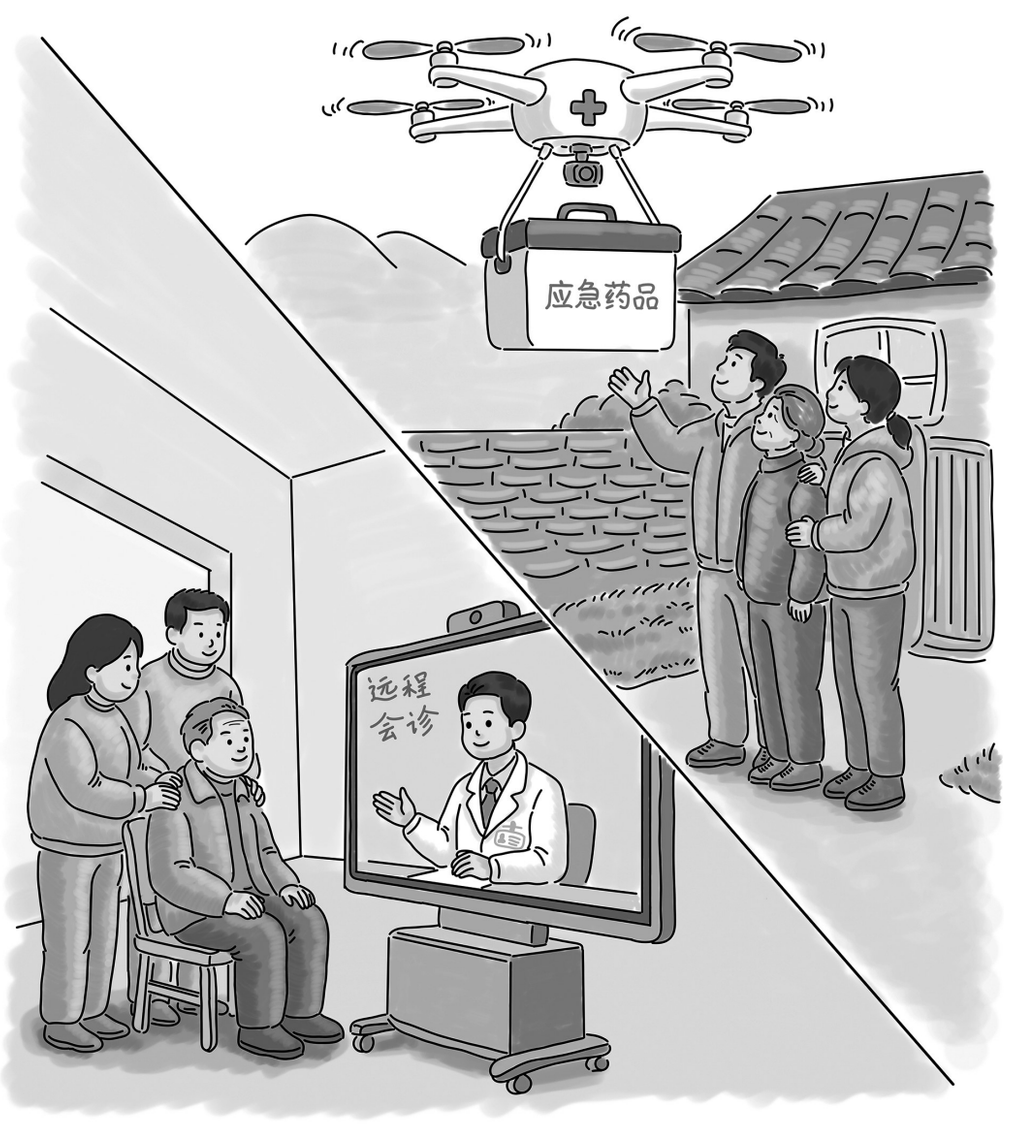
同时，有争议，不等于有过错；被关注，也不等于在炒作。不能因为一个人身处舆论风口，就认定他在借机牟利。该堵住的是恶意炒作的财路，不是普通人表达诉求的出路。平台有权维护经营秩序，也应当拿出清晰的认定标准、充分的处置依据和畅通的申诉渠道。

互联网允许争议，也需要不同声音，但争议不该成为某些人反复收割流量的工具，更不该成为一门稳赚不赔的生意。公众的愤怒，不应该成为恶意炒作者的收入。有些流量，就该赚不到钱。

画里有话 HUA LI YOU HUA

便民服务更贴心

漫画作者 沙兴淼



五里河谈天 WU LI HE TAN TIAN

绿色贸易不该困在『高墙』里

孟月明

加拿大政府近日发布公告：该国国际贸易法庭正式终止对原产中国的光伏组件及层压板的反倾销、反补贴日落复审，撤销延续多年的关税命令。随着加拿大边境服务署不再对相关产品征收“双反”关税，中国光伏产品得以零关税进入加拿大市场。这一裁决不只是一桩双边贸易利好，更是全球绿色贸易治理进程中一次破壁之举，为碳中和背景下的国际产业合作提供了务实启示。

当前，全球能源转型进入深度调整期，绿色产业日益成为大国经济博弈的重要场域。光伏产业作为清洁能源体系的支柱，产业链条横跨多国，具有显著的全球化特征。一段时间以来，贸易保护主义借“产业安全”之名人为设置壁垒，试图割裂全球绿色产业链。这些做法违背产业分工客观规律，不仅推高清洁能源建设成本，也延缓了全球气候治理整体步伐。

加拿大此次终止光伏“双反”，本质上是立足本国能源转型现实作出的理性抉择。复审期间，尽管边境服务署认为关税取消后存在倾销与补贴复发风险，但国际贸易法庭综合产业基本面审慎研判：加拿大本土缺少规模化光伏组件制造能力，清洁能源建设高度依赖进口装备，硬靠关税搞保护只会不断抬升光伏电站建设成本，拖累自身碳中和目标落地。市场现实压倒保护主义诉求，正是此次裁决最核心的逻辑。

绿色产业的全球化属性，决定了气候治理难以依靠封闭自保完成。光伏技术迭代、产能布局、成本优化，都建立在开放分工基础之上。任何试图把绿色产业链“本土化”“阵营化”的做法，都将增加全球低碳转型的总体成本。加拿大主动撤除关税壁垒，承认全球产业链分工的客观现实，为动荡中的全球绿色贸易注入了一份稳定性。

关税清零并非市场坦途的终点，而是更高水平国际竞争的起点。多年来，在持续的国际贸易摩擦洗礼之下，我国光伏产业加快转型升级，逐步转向技术创新、标准共建、合规经营并行的高质量发展模式。加拿大市场实现零关税准入，有利于国产光伏产品公平参与当地市场竞争，助力加拿大清洁能源项目落地，推动绿色技术、产业服务双向交流，实现供需两端互利共赢。

加拿大对华光伏关税的终结再次印证，贸易保护无法阻挡能源转型大势，开放共赢才是绿色贸易该走的正道。

（作者单位：辽宁社会科学院东北亚研究所）

山海经

文创出圈，不能只靠“颜值”

刘 玥

文创产品的终极意义，在于让文脉活在当下，赢得长久回望。唯有补齐内容短板、做实文化赋能，潮流文创才能真正成为接触传统、读懂传统、热爱传统的文化窗口。

从“文创雪糕”到“青铜器盲盒”，从“古风书签”到“壁画笔记本”……近年来，文创产品越来越火，成了年轻人追捧的“潮品”。但市场上多数文创产品，文化表达上都浅尝辄止，绝大多数消费者记住了玩偶“颜值”，却忽略了文物底蕴，让文创产品沦为“带文化标签的普通潮玩”。

文创借力潮流，本是传统文化破圈的绝佳路径。长期以来，馆藏文物静立展厅、依托史料传播，自带“厚重感”但也自带“距离感”，很难走进年轻人的日常生活。紧跟潮流的文创产品让文物走出展柜，变成日常好物。以潮流为入口接引传统、以趣味形式承接文脉，是文创产品最可贵的时代价值。

但火热销量的背后，“重外壳、轻内核”的短板愈发凸显。细观市场，不少文创产品陷入“只取纹样、不取文脉”的创作误区。器物的历史背景、礼制内涵、工艺价值被弱化，卡通造型、网红“颜值”成为核心卖点。市场渐渐形成“文化做点缀、潮流做主角”的现象：年轻人享受拆盒惊喜、集款乐趣，看似火热的“文化消费”，却缺失了“文化感悟”。

当国风文创成为年轻人的消费新宠，我们是否该深思：热闹的潮玩消费背后，究竟是传统文化的真正出圈，还是文物元素的片面带货？

优质文创深耕内容，带来的传播价值不言而喻。把潮流文创打造成“流动的文化课堂”，能够吸引年轻人主动关注传统；把文物IP转化为亲民消费品，能够拓宽文化传播的覆盖面；真正做到“一物一故事、一玩一收获”，才能实现“玩中研学、乐中传承”。反之，只复刻外形、不深挖内涵，文化科普浅尝辄止，最终只会造成“流量热闹一时，文脉留不下分毫”的尴尬局面。

想要扭转文创“重形轻质”的消费偏差，引导年轻人从“为‘颜值’买单”转向“为守文脉驻足”，需要文创出品方补齐内容短板、做实文化赋能。其一，产品设计要形神兼备，在现有外观基础上，升级配套解说卡片，补齐深度内容，告别“简单贴标式科普”。其二，为产品增设科普二维码，配套文物讲解短视频、典故短科普，让年轻人在把玩手办的同时读懂背后的故事。其三，消费引导要由浅入深，引导大众从单纯打卡消费，升级为主动了解、自觉传承，真正让潮流文创成为接触传统、读懂传统、热爱传统的文化窗口。

文创的终极意义，不在让文物流于图案，而在让文脉活在当下；不在制造一时爆款，而在赢得长久回望。

锵锵汇 QIANGQIANGHUI

辽苏携手，加油干！

事件源起：10月17日，“辽望观天下”发布《辽宁一新机构揭牌，有何深意？》，聚焦辽苏科技合作大会及辽宁省产业技术研究院揭牌成立，引发网友热烈反响。

清河 作为辽宁人，就盼着这样的好消息越来越多。产业强了，年轻人就不用往外走，在家门口就能干事业。产研院，加油干！

照赵 “卡脖子”难题靠一家一户单打独斗肯定不行，抱团聚力才有戏。辽苏十年合作打了样，产研院接着往深里走，这个路子对。

洞天 机器人、绿色石化、集成电路，方向选得准，都是辽宁产业升级的硬需求。

甘棠 从长江之滨到辽河之畔，这话说得有画面感。江苏的技术、辽宁的场景，两边各有所需，合作才能长久。

做有锐度的思考者

扫码关注“辽望观天下”

请扫码投稿