

一起“沉浸式坐高铁”，何以被群嘲？

□ 修牧月

A 一周声音

■ 趵突泉景区保安喊话“鱼撑死了”景区:保安是善意提醒

这个国庆假期，山东济南趵突泉景区的大鲤鱼突然登上热搜，原因是趵突泉景区保安喊话游客“别喂了！大鲤鱼撑死了”。10月5日，趵突泉景区相关负责人向红星新闻记者表示，没办法百分百定论说鱼一定是撑死的，保安当时是想给游客们善意的提醒，并不是说就怪到游客头上。该负责人还称，趵突泉的水质很好，锦鲤都是自然生长的，不需要人工干预和额外投喂。

(10月5日 红星新闻)
微评：很多人认为“锦鲤不知道饱，有的吃就会一直吃，吃到撑死”，这是不对的。即便是包括锦鲤在内的无胃鱼，虽然对于饥饿反应相对迟钝，但也不至于毫无节制地吃。通常人们所说的“鱼撑死了”，大概率人们投喂太多遇水会膨胀的食物，这些食物进入鱼肚后膨胀将鱼“撑死”。另外，过量投喂也容易导致水质恶化，进而造成鱼类死亡。可见，从科学的角度分析，错误的投喂，确实会造成鱼类的死亡。

至于景区相关负责人所讲的“没办法百分百定论说鱼一定是撑死的”，看起来也很科学，不过更像是在给投喂锦鲤的游客一个台阶——几条鱼而已嘛，犯不着为这事跟“客人”死磕。事实上，趵突泉的锦鲤，并不是错误的投喂在公共场所造成动物死亡的唯一受害者。正如那几条鱼，它们也不过是冤禽滥兽，谁会在乎呢？或者说，谁会为它们的权益去得罪“衣食父母”呢？

所以，与其讨论动物权益的保护，不如讨论文明旅游。既然景区一直在强调不要投喂锦鲤，那么坚持继续投喂的游客，很难称得上是在文明旅游。针对不文明行为，趵突泉景区不能一味照顾“客人”的感受，而忽视文明氛围的营造，毕竟为此建立游客“黑名单”制度的景区不在少数。这一点，数次“拉黑”游客的熊猫谷就做得非常好。

■ 全国各地上演“花式宠客”接力赛

国庆期间，全国各地正上演“花式宠客”接力赛。浙江衢州市政府食堂对外开放，市民争相打卡冲上热搜；浙江丽水免费开放停车位近万个，可实时查询空车位。许多当地政府开放了原本封闭的停车场、食堂等场所，向市民和游客提供便利，将原本相对封闭的公共资源转化为可共享的公共服务资源，得到大众一致好评，体现了政府在城市管理中的人性化考量。

(10月6日 潮新闻客户端)
微评：无论是相对封闭的公共资源转化为可共享的公共服务资源，还是倡导本地市民在假日期间让路、让景于外地游客，不同的是“宠客”的“花式”，相同的是地方政府的服务意识。在被称为“黄金周”的国庆假期出门，尤其是到相对热门的景区旅游的人们，大都已经做好一定程度的心理准备。在被拥堵和排队消耗掉激情之前，被来自旅游目的地精心准备的温情“充电”，无疑会有一个更好的假期体验。“波天的富贵”不是“天上掉下来的富贵”，无一不是久久为功的结果。
何飞 点评

点睛

将高铁和“精致生活”强行相挂钩实在没有必要，精致不应仅仅是外在的物质展示，也应该是内在品质和外在行为的和谐统一。

国庆期间或回家探亲或旅行放松，无数人选择高铁作为假期旅行的首选交通方式，从陌生到熟悉，高铁出行已经成为我们日常生活中绕不开的话题，一些短视频创作者也开始将镜头对准高铁，其中“沉浸式坐高铁”的系列短视频刷屏网络，让网友们看见了关于高铁出行的另一种可能。

在这类vlog中，视频创作者往往用第一视角记录自己高铁出行的经历，博主们在落座之前要拿出随身携带的酒精喷雾彻底消毒座位，有的博主会选择在旅途中插花、泡茶、画画来陶冶情操，有时博主们也会拿出红外键盘、便携鼠标在高铁上处理工作。视频中博主们坐高铁也充满仪式感，让网友们一起沉浸式体验了一次高铁上的“精致生活”。

“沉浸式坐高铁”系列短视频之所以能够成为爆款，一方面是因为消费者不再满足于基本的出行需求，开始追求旅途中的舒适与享受。这类“沉浸式坐高铁”的短视频满足了网友的心理诉求。另一方面，“沉浸式坐高铁”系列短视频的火爆也离不开背后的网络推手。不难发现，全网刷屏的“沉浸式坐高铁”大都采用雷同的叙事框架、拍摄手法，短短几分钟的视频节奏紧凑，博主有条不紊地向观众展现十几种带货商品的使用场景和用法用途。在商业利益的驱动下，传媒机构开始批

量生产以“沉浸式坐高铁”为主题的爆款视频，对高铁上的“精致生活”进行铺天盖地的营销……

“高铁精致生活”意味着一种生活态度，这种生活方式的出现实际是一种对美好生活的场景延伸，意味着人们不仅仅希望吃得好，穿得好，住得好，在行的方面也有了对品质的要求，对美好的向往。但随着跟风者的模版化创作，带货内容的增加，短视频中呈现的“高铁精致生活”逐渐与现实生活相脱离，错位反映了人们对高铁出行的美好向往，成为一种悬浮的“伪精致”。就拿视频中最常见的办公用具红外键盘来说，将带货商品放到实际生活中就会发现高铁上的小桌板完全没法容纳整个红外键盘，键盘打字的声音过大，极有可能扰乱车厢秩序。更别提在高铁上插画、弹琴、泡茶，这些操作在高铁上实施起来难度不小而且实在奇葩。

如果说博主的这些奇葩操作都是为了追求生活的精致，那实在是有些让人难以信服。因为透过“沉浸式坐高铁”就不难发现这类视频的创作过程、剪辑手法都围绕“带货”展开，以精致为名，通过营造一种高品质的生活氛围催眠消费者，诱导人们通过消费实现高铁上的“精致生活”。

客观看待高铁上的“精致生活”就不难得出一个结论：将高铁和“精致生活”强行相挂钩实在没有必

要。高铁本质上是一种交通工具，不是博主网红带货的舞台，将带货的场景放在高铁上，镜头描绘下的“高铁精致生活”的确精致，但不够真实。视频中的各类生活好物无法切实提升出行体验，短视频中的“高铁精致生活”放在现实生活实在有些让人啼笑皆非，这种“精致”缺乏实践的可能，也没有效仿的价值，网友们自然不会为这样的“精致生活”买单。

尽管“精致女生沉浸式坐高铁”系列视频现在已被全网群嘲，但仍然有越来越多的博主拍摄类似视频。

追求精致无可厚非，但精致不应仅仅是外在的物质展示，也应该是内在品质和外在行为的和谐统一。真正的“精致生活”不会被一则短视频所定义，也无法通过消费商品就轻易获得。我们没有必要套用他人的精致标准，盲目地将“精致”贯彻在生活里的每个场景。与其消费带货短视频中的鸡肋商品，还不如向内求索，追求内心的丰盈。心怀对生活的热爱，在高铁上的旅程自然会觉得美好惬意。



A 画中有话

拍照逼停火车 安全不能“越轨”

□ 刘天放

A 大珠小珠 10月2日江苏徐州，多人在权台火车站铁轨上拍照，导致一火车头停车。现场有多人坐在铁轨上，还有人攀爬停在铁轨上的车厢，工作人员站在车头大声驱赶游客。4日，贾汪区政府工作人员回应称，会与属地相关部门联系，让他们派人维持秩序。



庐山景区泡面开水收费5元

漫画/王锋

10月4日，有游客发布的一条江西庐山风景区一份用来泡面的开水要收费5元的视频，引发网友广泛关注，2天时间评论逾6200条。这段21秒的视频显示，一些游客坐在一处有石桌石凳的空旷处，一桌子上放着一碗鸡排，还有两份方便面，附近是一排卖美食、快餐和特产的商家。记者注意到，快速晃动的画面中传来一名男子的声音，他说“一份鸡排卖30元，30元就算了，我们自己带了泡面，向卖鸡排的(商家)要开水，只给一份水，另一份开水要收5元。”记者采访得知，此事发生在江西庐山风景区的仙人洞景区，该视频发布时间是10月4日国庆节期间。(据10月7日 上游新闻 报道)

以农民丰收的喜悦点亮美好未来

□ 潘天庆

秋分时节，稻菽金黄，瓜果飘香，在徐徐展开的五彩斑斓的丰收画卷中，第七届农民丰收节如约而至。面对今年高温酷暑等多重叠加因素带来的考验与挑战，我市不误农时抓生产，调优结构促转型，使今年夏粮高位增长，主要经济作物、畜产品、水产品均持续增长，农业有望迎来又一个丰收年。

9月22日，2024年中国农民丰收节安庆市庆祝活动在望江县皖水绿之源智慧农业产业园启幕，广大农民代表欢聚一堂，共享丰收喜悦，共话美好愿景。(《安庆晚报》9月23日)

在农业产业发展上，我市突出打造绿色食品全产业链，省级龙头企业数量全省第一，现代农业产业园数量全省第二，蓝莓、瓜蒌等特色农产品面积、产量均全省第一；在乡村建设上，聚焦“千万工程”，全市共44个村入选全省精品示范村名单，数量居全省第二，建成和美乡村省级中心村891个，数量位于全省前列；在农民增收上，去年全市农民人均纯收入首次超过1.9万元，村集体经济发展连续5年位列全省第一方阵。

值得点赞的还有，今年丰收节，我市以望江县皖水绿之源智慧农业产业园作为开展庆祝活动主会场，各县区也将丰富多彩的特色庆丰收活动办到田间地头、办到农民身边，展示丰收的风采，交流丰收的经验，让农民的沉浸感更足、体验感更强，进一步激发农民群众发展生产的积极性。

这满满的收获、斑斓的景致，凝聚着我市农业耕耘者的汗水和心血，他们是丰收的功臣，更是丰收节的主角。我们庆祝农民丰收节，礼赞丰收、享受丰收，就是向辛勤劳作的农民致敬，向艰苦奋斗的农业工作者致敬，向坚持把论文写在大地上的农业科技人才致敬！要在全社会形成关注农业、关心农村、关爱农民的

浓厚氛围，以实际行动，让农民丰收的喜悦点亮美好的未来。

农民丰收节是一个继往开来的节日。现今，农业“丰收”含义已经不单指“多收三五斗”的产量追求，而是既要产量高，更要品质好、价格优，是经济效益、社会效益、生态效益的全面丰收。因此，在我市由农业大市向农业强市迈进的新征途中，必须要继续“强农”，必须将更多目光关注“三农”，更多资源投向“三农”，更多力量建设“三农”。

如在科技推广方面，我们要让智能灌溉系统精准地滋养着田地，让农业大数据平台汇聚海量的信息，为农民提供科学的种植决策支持……这些现代科技的应用，能提高农作物的产量和品质，也能极大地减轻农民的劳动强度。

我们要组织好多种形式的营销促销活动，助力农民增收，惠及市民餐桌。推动电商平台完善丰收频道、丰收专柜，展示安庆的丰收成果，推出实打实的促消费举措。通过线上线下融合，让城乡居民体验乡村味道、感受丰收喜悦，增进关注农业、关心农村、关爱农民的社会氛围。

我们还要把更多优质特色产品、乡村美丽风光以及乡村优秀传统文化“推出去”，把更多先进实用技术、现代生产要素“引进来”，不断激发农民群众创造美好生活的干劲，让建设和美乡村的路子更宽、劲头更足，让更多的人关注农村的发展，带着技术、资本、文化为乡村振兴注入源源不断的活力，迎来一个又一个的丰收年。

