

“饭圈”背后的黑手必须坚决斩断

“饭圈”群体的存在,对当下互联网治理、文化治理乃至社会治理提出了共同挑战。“饭圈”文化行稳致远,离不开各方协调配合、形成合力,把规矩立起来,把红线树起来,把言行规范起来。

行远

“饭圈”群体以“95后”“00后”为主是个不争的事实。他们辨别能力相对较弱,尚未形成独立、成熟的思考能力,容易被诱导。那些在“饭圈”背后推波助澜、洗脑诱导、煽动对立、恶意圈钱的个人、组织和营销号,难辞其咎,务须整治。

从7月13日,国家网信办发布《开展2020“清朗”未成年人暑期网络环境专项整治的通知》,到7月14日新浪微博两次发布社区公告,关停处罚了多个宣扬仇恨、挑动群体攻击的账号,相关部门和平台果断行动,展现出了治理的力度和决心。

很多人说,这次网信办动真格了。清朗网络空间,从来都不是说说而已,当然需要动真格。青少年是祖国的未来,民族的希望。为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间,帮助青少年粉丝群体树立正确的价值观,我们每个人都责无旁贷。

“诱导未成年人”“煽动挑拨青少年粉丝对立”“职业黑粉、恶意营销”,从网信办此次发布的通知来看,传递

的信号很清晰,合理合法、文明有序的追星,从来都不是问题,有问题的是失序和无底线的行为;目标很明确,“饭圈”群体,尤其是未成年粉丝,容易受到专业粉丝或者营销号的诱导和操控,所以重点打击的是对未成年人有不良影响的个人、群体和产业。

“一定要让哥哥的排名保持住,后面追得紧”“动动手指,你忍心他被嘲笑吗”,在日常打榜中,这种带有引导性的话术相当常见,在被多次灌输之后,“饭圈”群体被“洗脑”也就不足为奇。在最近引发舆论广泛关注的“晨小晨”盗号引战事件中,自导自演消费抑郁症群体,更是典型的宣扬仇恨。很多艺人甚至普通网民,都遭遇过“死全家”“出殡”“点蜡烛”等极端恶毒话语的攻击,这其中,很多黑粉、营销号与所谓“大粉”都充当了不光彩甚至极其恶劣的角色。

一直以来,为偶像打榜、刷数据大行其道,其背后除了粉丝的狂热之外,更有“大粉”的引导和灰色产业链的助推。此前,“星缘”App利用粉丝给“爱豆”刷流量的需求,疯狂牟利,不到一年吸金800余万元。更有明星后援会非法挪用资金、“粉头”卷款跑路的新闻也不断被

曝光。大量鲜活案例提醒我们,要推动“饭圈”文化健康发展,对背后灰色产业的打击不能手软。

此外,艺人们对粉丝的引导也不可忽视。偶像、工作室、“大粉”们需要积极发挥好自己的作用。在崇拜心理下,偶像的一句话很大程度上决定了粉丝们的行动方向。特别是在突发的粉丝群体对立事件中,偶像们更需要承担起自己的责任,引导庞大的粉丝群体理性、有序。对粉丝自身来说,要想形成健康的粉丝文化,更有赖于每个人提高素养,用理性的行为、礼貌的举止、文明的语言展现一个令人尊重的自己。

“饭圈”群体,这个原本小众的亚文化群体,早已不再是文化娱乐产业的被动接受者,逐渐发展成为整个娱乐产业中的重要一环。“饭圈”群体的发展,意味着文化娱乐产业的繁荣,没有人愿意看到这个繁荣演变成野蛮生长。

“饭圈”群体的存在,对当下互联网治理、文化治理乃至社会治理提出了共同挑战。“饭圈”文化行稳致远,离不开各方协调配合、形成合力,把规矩立起来,把红线树起来,把言行规范起来。这既要深入了解这一群体因势利导,也要通过刚性的制度约束对背后进行操控引导的力量予以沉重打击。唯有双管齐下,才能让这个群体迸发出更多向上向善的正能量。

“纸吸管”当加速提质降费

环保从不是孤立的,必须寻求与商业世界、消费社会的最大公约数。塑料吸管年底禁用,绝不是一禁了之,而是要给全社会提供最佳的替代方案。

蒋璟璟

据央视报道,国家发改委、生态环境部发布的《关于进一步加强塑料污染治理的意见》规定,到2020年底,全国范围餐饮行业禁止使用不可降解的一次性塑料吸管。塑料吸管年底禁用,一些问题越发亟待解决。

对顾客来说,塑料吸管和纸吸管在使用体验上还是有差异。对企业来说,如何控制成本同时又提升客户体验,成为亟待解决的难题。据了解,塑料吸管的成本平均一支为0.03元左右,纸吸管在0.1元左右。纸吸管不仅更贵,并且使用体验也有待优化。

事实上,在“绿色环保”这一价值正确的叙事大框架下,纸吸管的成本问题甚少被提及。但是,若是在大面积铺开使用的背景下,这一问题却是不得不考虑的。

个体消费者对于一毛钱的纸吸管当然是缺乏价格敏感的,然而对于商家来说,鉴于吸管使用量大,这必然是一笔额外的新增开支。一个必须正视的事实是,至少在当下而言,包括纸吸管在内的,更为环保的生活方式,必然意味着更高的定价。之于此,我们准备好了吗?

纸吸管必然没那么好用,也必然会贵一些,这是原料、生产过程、制造工艺客观上决定的。现状如此,就越是要抓紧时间,对公众进行预期调试和沟通说服;与此同时,也有必要引导相关企业做好成本测算、压力测试,努力确保市场层面从塑料吸管到纸吸管的平稳过度。

环保从不是孤立的,必须寻求与商业世界、消费社会的最大公约数。塑料吸管年底禁用,绝不是一禁了之,而是要给全社会提供最佳的替代方案。就此而言,纸吸管优化使用体验、降低生产成本,还是大有可为。



小店不小,值得这样重视

遍布大街小巷的小店,虽然单店规模不大,创造的商业价值有限,但它堪称城市经济系统的毛细血管。

熊志

商务部等七部门联合印发《关于开展小店经济推进行动的通知》,通过开展小店经济推进行动,培育一批试点城市,推动社区、批发市场、商圈、特色街等小店集聚区转型升级,至2025年,形成人气旺、“烟火气”浓的小店集聚区1000个,达到“百城千区亿店”目标。

为了促进经济复苏,提振消费,今年以来,小店经济和地摊经济一样备受推崇,话题不断升温。这次七部门联合印发文件,从工作安排、保障措施等各方面着手,明确了小店经济的任务目标和总体路径,为其发展指明了方向。

遍布大街小巷的小店,虽然单店规模不大,创造的商业价值有限,但它堪称城市经济系统的毛细血管。行业分布广泛,服务和业态多元,为民众的衣食住行,提供了极大的便利。庞大的店铺基数下,小店的繁荣,还能有效带动消费增长,给城市增添商业活力。

正因如此,小店经济的业态,在近些年高速发展。商务部的数据显示,截至2019年底,全国注册小店8000多户,带动就业约2亿人。尤其在当下,小店经济在促进消费回补和拉动就业上,有着无可替代的重要作用。

不过也得看到,小店经济的发展,在现实中也面临着一些困难。准入门槛太高、融资难、融资贵、营商环境不佳等等,这些中小微企业面临的共同问题,在体量小、抗风险能力弱的小店上,也会异常突出,进而影响了小店经济的进一步成长壮大。

因此,为了给小店经济创造良好的发展环境,这次七部门

联合印发的《通知》,有针对性地推出了一揽子扶持政策。比如在组织城市试点之外,明确在用地、用房、财政、金融等方面加大扶持力度,包括在市政管线、网络通信完善基础设施,为小店提供便利。

从城市治理的角度看,小店经济由于太过灵活分散,确实给管理带来了诸多困难。以至于有的地方一刀切,给小店的注册和经营,施加各种限制。针对这点,《通知》明确,放宽小店准入条件,简化证照的办理流程,取消不必要的束缚和限制。

值得一提的是,《通知》提到,“放宽临时外摆限制,允许有条件的沿街小店在不影响公共交通和周边居民生活的情况下开展外摆经营”。这种灵活、人性化的政策思路,兼顾城市治理秩序的同时,也为小店从业者提供了喘息空间。

小店经济的活力,正在于低门槛、大众式的创业参与特征。因此对地方而言,对小店经济不能区别甚至歧视性对待,认为它管理麻烦、经济效益不显著,就采取各种限制。要秉持开放搞活的发展思路,宽容对待,通过各种财税金融政策,激活小店从业者的创业动力。

不管怎么说,小店集群的商业街、步行街,可能没有CBD那样高大上,小店的经济和税收产出,可能也比不上那些百强企业。但促进消费、吸纳就业的重大功能,意味着小店经济的发展也是个重要的民生问题,应该上升到民生高度来对待。在明确发展路径之后,被点亮的小店经济,还将为经济发展提供更大的动能。而对每一个城市来说,小店经济不仅能拉动消费和就业,也会让城市更有魅力。