

从“夜校”到“午校”，“青年午校”为何火爆出圈？

□ 王 恺

点睛

“青年午校”的火爆出圈不是一个偶然现象，它是青年人面临的实际生活状况和需求的真实反映。城市社会治理要能敏锐捕捉到现实的需求和青年的诉求，积极创新，有效地整合本地公共资源，按需所供，让城市与青年形成良性互动，从而为城市发展和青年人才精神文化生活增添活力。

近日，浙江省宁波市根据部分青年人需求，推出了全省首个“青年午校”的创新举措。“午校”设置了人力资源培训、职场商务礼仪、“非遗手作”、“艺术摄影”等课程，每周2至3节，一节课45分钟，课程全部免费。有趣又免费的“青年午校”一经推出便引起了广泛关注。

从今年5月宁波人才服务专线接到来电诉求，到成立专班调研收集意见反馈，再到研发小程序上线服务，宁波人才发展集团牵头，仅用一个月时间，便将“青年午校”正式推出。人们只需微信线上扫码或搜索“人才浙里约”，便可进行报名预约。

据工作人员反馈，首期课程提前3天放出的40个名额，一经发布就立即约满，且累计有2300余人参加此次报名。这让人不禁疑惑，“夜校”仍在风靡，“午校”又为何能火爆出圈？

“青年午校”的推出是源于青年人的实际诉求，一定程度上填补了“夜校”上课时间过于集中的缺陷。据《2023百度成人培训行业白皮书》统计，从2016年到2022年，中国成人教育市场规模预测趋势越来越高，从2016年的6637亿元，到2022年的13271亿元，增长了将近2倍。从数据不难看出，青年人对于知识培训和自我提升的需求不断上升，去年下半年的“夜校”潮便已引发热议。

然而，相较于“夜校”需要较为充足且集中的业余时间，“午校”则为工作繁忙和下班后业余时间不足的青年人提供了新选择，无需任何费用且只用45分钟时间，便可享受到午间“知识充电”或文媒体验，这也是午校一经推出便广受欢迎的原因之一。

从课程设置上看，“青年午校”从知识性、应用性、趣味性三个维度为青年人量身打造，具有了轻松、简洁、适度和高需求的特征。相较于“夜校”的课程，“午校”设置了“职业发展”、“美好生活”、“人才赋能”三大系列课程，其中比较具有特色的课程就有手工制作，该课程包括了非遗漆扇、手作青团、扭扭花艺等内容。在最新一期的预约课程中，艺术摄影等课程显示已经预约满额。

考虑到午间上课通勤，主办单位将授课地点安排在了浙江创新中心园区内，尽可能优化公共资源配置，满足附近200家公司青年群体的需求。这对工作繁忙和充满碎片化时间的年轻人而言，“午校”相较于“夜校”更具优势，几乎不需要花费额外的通勤时间和其他成本。

当前，青年群体普遍面临“班味重难驱散”的问题，虽然“夜校”解锁了青年人“夜生活”新方式，但碎片化时间的生活现状限制了“夜校”的实际作用发挥，大部分青年人在下班后仍面临随时加班或被迫应酬的情

况，“青年午校”为青年人在工作与生活的调节上提供了新的平衡，在一定程度上缓解了青年人工作压力过大与精神文化生活需求之间的矛盾，青年人可以在不影响工作和休息的前提下，利用午休空余时间进行知识提升、娱乐生活、甚至是社交体验，进一步丰富了青年人的精神文化生活。

“青年午校”的火爆出圈不是一个偶然现象，它是青年人面临的实际生活状况和需求的真实反映。城市社会治理要能敏锐捕捉到现实的需求和青年的诉求，积极创新，有效地整合本地公共资源，按需所供，让城市与青年形成良性互动，从而为城市发展和青年人才精神文化生活增添活力。

同时，我们还要进一步认真思考如何将“午校”未来发展走对走好，要合理设置课程，全面考虑办校数量、覆盖范围、课程内容以及资金问题，要真正地让“午校”做到“民有所呼我有所应”。



寄快递要求“刷脸”

漫画/王铎

“7月30日，我用同城快递寄了一个文件，寄件的时候快递员要求我通过人脸识别验证身份，可下单之前我明明做过实名认证了，为什么还要再验证一遍？”近日，北京市民钟女士向记者反映，自己在寄快递时遇到了被要求人脸识别的情况。进行人脸识别后，钟女士顺利寄出了快递，但她越想越不对劲，“寄个快递有必要录入人脸信息吗？”（据8月5日 工人日报 报道）

乘势“半年红” 奋力夺取“全年红”

□ 潘天庆

我市上半年这份成绩单可圈可点、含金量高，是实至名归的“半年红”。生产总值同比增长5.6%，增速高于全省同比增长5.3%。在20项主要经济指标中，有12项进入全省第一方阵，其中8项指标居全省前三。如制造业投资增长48.6%，居全省第2位；社会消费品零售总额增长5.6%，累计税收收入增长10.7%，均居全省第1位。同时，外贸进出口总值达182.7亿元，创历史同期最好水平……这些都显示出我市经济量质齐升、向上向好的态势。彰显出充足的韧性活力，也为我市“进百强、上台阶”，奋力夺取“全年红”，奠定了良好的基础。

还有，全市高新产业增加值、战略性新兴产业产值分别增长14.5%、14.6%。在这些新兴领域显现出旺盛的发展动力中，可看出我市经济发展和蓄的新动能不断释放，安庆产业向新行，向“高”攀升，以质致远的势头强劲。

这是我市“内搭平台、外联老乡”、重大项目不断落地见效的厚积薄发；是我市精准发力，以持续优化营商环境，实现政务服务便捷高效，用优质的“安庆服务”构建全方位企业服务体系，为企业排忧解难，激发企业活力提供了支撑。

当然，下半年外部环境变化带来的不利影响增多，国内外有效需求不足等问题依然存在。如何全力拼搏、固强补弱，乘势而上、奋力实现“全年红”，需要我们坚持目标导向与问题导向相结合，咬定全年目标任务

不放松，加强经济运行监测、分析、调度，进一步打造要素保障有力、办事效率高的营商环境、更大力度激发市场主体活力；需要我们促就业、稳增收，让群众消费“钱包”鼓起来，进一步激活消费动能，夺取“全年红”。

我们要看到上半年我市固定资产投资增长6.4%，工业投资增长43.1%，均居全省第3位。而投资规模不断扩大所产生的产业效益，都将在近期逐步兑现，这也是我们乘势而上奋力实现“全年红”的底气所在。

我们要精准发力，瞄准产业发展前沿，强化“双招双引”。要加大对新材料、新能源汽车、商业航天产业等前沿技术企业、平台和项目的招引。要采取切实措施确保项目落地见效，以催生更多新产业、新模式、新动能，发展新质生产力，解决我市工业实力偏弱、县域经济不强。

我们要充分发挥以旧换新政策的杠杆作用，让以旧换新政策家喻户晓，推动大规模设备更新真正动起来、促进消费品以旧换新火起来。同时激发社会资本、民间投资积极性，更好发挥民间投资是全社会固定资产投资重要力量的作用。

我们还要更加以“时时放心不下”的责任感抓好安全工作，严防各种“黑天鹅”“灰犀牛”，切实保障社会稳定，办妥办好民生实事。我们就能乘势“半年红”，奋力实现“全年红”。

“直播带货”别迷信“明星效应”

□ 钱凤伟

大珠小珠 随着网络电商的兴起，请明星直播带货成为诸多品牌的选择。本草公司旗下的诗理研洗发水是去年上新的品牌，今年“618”期间，也想通过明星带来一定流量以及销量。结果花300万元请知名男星直播带货，只卖了20多万元，“退货率一半以上”！品牌方要求退款，艺人公司回应：已如约履行合同。（8月5日《每日经济新闻》）

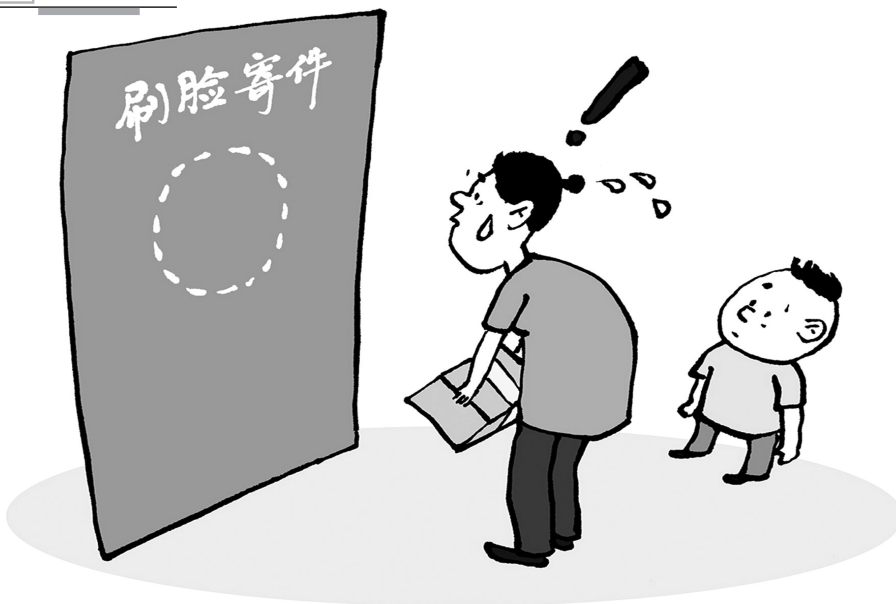
实际上，近年来的直播带货热中，利用明星光环来直播带货“翻车”的案例并不鲜见。不少明星艺人带货销量和他们的咖位严重不符，也让一大批明星艺人选择退出直播间。

这当中有多方面的原因。除了本身的“品质问题”，不乏缺乏契约精神，没有认真履职，这不仅影响了直播带货的销售效益，也造成了不良的观感。关键在于，不少明星艺人不善带货，按明星的演艺专业，并不一定适合直播。明星不是万宝全书，术有专攻，明星对于“带货”销售这一行，本来就是外行，缺乏相应的能力和水平，而于“带货”的“货”，也不可能有很深的了解，对这商品大凡不会有消费使用的经验，只能按照事先“恶补”的书面知识，泛泛的说几句，这更让明星带货的效益大打折扣。

固然，大明星会带来大流量，直播间涌进粉丝无数，但直播的人气再旺，却也并非就意味着这会转化为销售的业绩。比如有一个明星的一场直播吸引860万人观看，但只卖出15罐奶粉。其实，明星上“带货直播”，于粉丝只是有了一睹明星风采乃至互动的机会，粉丝追逐的，是明星，未必就是明星带的货。何况现在的粉丝也都有成熟的消费意识，知道明星与明星带的货，并不是一回事。

现在凡有“直播带货”的策划，明星似乎成了一张“王牌”。然而，明星绝非当然人选，更非必然人选。明星的“直播带货”，销售业绩大多并不如意，即使有些很显眼，但据曝光，为了明星的面子，里面的水分并不少。而于扩大商品知名度，也并非就有事半功倍的效果。一旦“直播带货”的明星，其现场表现与原来的形象落差太大，难以被人们认同，反而适得其反，“带货销量和他们的咖位严重不符”，白扔了天价的“坑位费”。

A 画中有话



上半年,全市经济运行呈现向上向好的积极态势,多项经济指标增幅居全省第一方阵,高质量发展取得积极进展。全市生产总值1522.7亿元,按不变价格计算,同比增长5.6%,增幅居全省第3位。《(安庆日报)8月2日)

A 一周声音

■“饭圈文化”拉踩引战？禁言！

8月3日，2024年巴黎奥运会乒乓球女子单打决赛中国队包揽金银牌，两位中国健儿用实力和汗水为全世界球迷献上了一场精彩绝伦的乒坛盛宴，她们都是我们中国的骄傲！但在比赛过程中，部分观众的不理智观赛行为在网上引发争论，有个别用户借此从站外搬运转载恶意揣测的引战内容，甚至发布攻击运动员和教练组成员的非理性言论，对此站方予以严厉处置。

（8月4日 微博管理员）

微评：对于中国选手会师决赛提前包揽金银牌这一现象，舆论氛围向来是积极的。观众怀着提前庆祝喜悦的心态，也会更多地倾向于从纯竞技角度欣赏赛事。然而，“饭圈文化”的侵入极大地影响了普通观众的观赛体验，对想要正经看球的沉默的大多数很不友好。

令人感到担忧的是，那些与奥运精神背道而驰的声音并不是陈梦和孙颖莎的比赛当天才出现的。早在2021年9月，中国奥委会就发布过声明，“坚决杜绝饭圈乱象向体育蔓延”，说明此类现象早已有之。要杜绝饭圈乱象向体育蔓延，线上的功夫固然要下，但线下也需要作为。例如对不文明观赛行为采取适当措施，甚至可以引入类似旅游景点的“黑名单”机制。更重要的，那些信奉“混乱就是阶梯”信条的，妄图或已经从饭圈乱象中攫取不当利益者，更应该挖出来，清出去！

■文化场馆消暑纳凉迎高峰

8月2日，泉城进入中伏后持续高温天气，博物馆、美术馆、图书馆等免费开放的文化场馆内人流如织，这些场馆凭借宜人的环境和深厚的文化底蕴，吸引了众多市民的青睞，成为今夏热门的“避暑胜地”，市民在消暑纳凉的同时享受“文化大餐”。在山东博物馆内，众多市民坐在通往二层的楼梯上休息纳凉，或者读书学习，感受夏日清凉。

（8月3日 新黄河新闻客户端）

微评：当“文博热”遇见天气热，“博物馆纳凉游”已经成为多地今年暑期出行的一大亮点。毕竟，在一座气温直逼“4”字头甚至已经达到40℃的城市旅行的话，到免费开放的文化场馆里吹着空调享受“文化大餐”，通常比在室外被烈日炙烤更有幸福感。

“文化纳凉”的兴起，显示出人们在选择休闲方式时，已经非常注重文化。每一座能兴起“文化纳凉”的城市，自然也是有文化的城市。不但有文化，而且有温度。

■“村晚”“村BA”“村操”“村歌赛”……乡村夜晚热辣滚烫

记忆中的乡村夜晚，繁星点点，月光如水，只有偶尔的犬吠和虫鸣划破寂静的长空。如今，“村晚”“村BA”“村歌赛”……让乡村之夜有声有色，充满了新的活力。这不再安静的夜晚，是乡村振兴的生动写照，是人们追求美好生活的生动注脚。（8月2日 《湖北日报》）

微评：“村晚”“村BA”“村操”“村歌赛”……“村”字头文体活动何以走红？“村”及其特有的“乡土味”，正是“流量密码”。

全民健身贵在全民，群众文化根在群众。如何既扶持原汁原味的“村”文化，又不大包大揽使赛事变了味？答好这道题，不仅有利于乡村振兴与全民健身的有机融合，更能在农文旅深度融合方面找到新路径。 何飞 点评

