

“老新闻”不忘“老本行”



张弓慢评

张 弓

我最近两篇关于家政服务的评论发表后，四位老新闻工作者的评语和提示，让我深深感受到，毕竟是老新闻工作者，尽管都已退休多年，内心依然关注新闻，站位依然高屋建瓴，眼光依然犀利独到，甚至亲自下场实操，不得不让人敬佩。

第一篇评论《保姆“没有一个好的”吗?》4月份发出后，一位曾任宁波日报副总编辑多年的“老新闻”在留言中说，“这是一个大主题”，既是社会问题，也是经济问题。另一位居住在杭州也曾任宁波日报副总编辑多年的“老新闻”则提示，能够再写一篇这方面做得好的事例。当我表示缺乏“做得好”的实例时，她提示我可以去了

了解一下杭州的“三替集团”，于是就有了第二篇评论《让“三替经验”花开全国》。第三位“老新闻”曾在新华社浙江分社和浙江日报驻宁波记者站工作多年，他看了文章后留言，如果我还在分社和记者站岗位上，一定会把这篇“情理兼备”的大作，推荐给新华社和人民日报。第四位“老新闻”不光动嘴给予评价，而且动手写了关于家政服务的第三篇评论《办好家政服务这件关乎民生的大事》，文章的要点是做好这件大事，“政府大有可为”，使这个题材无意间形成了“一个主题、三个角度”的系列评论。

四位“老新闻”的评价、提示和行动，不仅使我感动，还让我具体感受到了他们尽管退休多年，但新闻情结仍在、新闻功夫老到的职业品格。

新闻事业是社会正常运转不可或缺的重要行业，对社会的发展和进步起着举足轻重的作用。新闻工作要取得更好效果，除了在职的新闻工作者需要付出艰辛的努力之外，退休的新闻工作者也应该尽自己的力量，做些力所能及的事。有人

人说，新闻工作是“终身职业”。诚哉斯言。而新媒体时代又为退休的“老新闻”创造了更多发挥作用的便利条件。现在，经常可以看到各级各地那些曾经耳熟能详的著名“老新闻”，有的给各类媒体做顾问、当评委，有的自己开微信公号，有的当编外记者、评论员，向各类媒体投稿……可以说各显神通，精彩纷呈，干得不亦乐乎。这是一种非常可喜的现象，应该继续保持和发扬。

从四位“老新闻”的指点和评论中，还发现他们的站位都比较高。一是从国家的发展和人民的需要出发，来评判评论主题的高下；二是既要指出现实中存在的问题，也要阐明改进的方向；三是说理力避居高临下、大话套话，而是就事论理、情理兼备，使人听得进、受启示，从而能够更广泛传播，推动社会的发展和进步。四是一个重大主题，可以拆分成多个分主题做成系列，把道理掰碎了、说透了。比如那位“老新闻”写的第三篇评论，讲了家政服务业的发展，政府有关部门“大有可为”——就是我的前两篇评论没有论透的一个重要

主题。

其实，这个家政服务的主题的确很大，有很多文章可做，比如杭州的“三替集团”曾在宁波出现过，但不久之后就销声匿迹了。我请AI帮助搜索到了这个信息，但它没有说出其很快消失的原因，所以我只在文章中提了一下，“可能是总部战略调整，可能是市场竞争所致”，但没能展开。有兴趣的朋友如果能深入调查一下（调查是必须的，没有新闻事实作为评论的“由头”，评论文章就有可能变成大话空话了），就可以写第四篇了。

回到本文的主题，殷切期望更多的“老新闻”发扬传统，发挥余热，多做贡献。再说，在新闻行业打拼了几十年，消耗了青春，练就了一手真功夫，浪费了不是挺可惜吗？而且这个社会变化日新月异，投入新时代的新闻实践，还能迫使自己多观察、多学习、多思考，跟上时代前进的脚步，至少不要落得太远。不错，老年人的一个重要任务是保养身体，据很多专家论证，多用脑子能够预防某些老年性疾病，有利于健康长寿……如此一举多得的美事，何乐而不为呢?!

街边烧烤店成“苏超”赞助商：体育大众化的生动诠释

闻 华

6月21日晚，“苏超”赛事激战正酣，常州队坐镇主场迎战南京队。赛场边，东哈·东北街边烧烤的广告牌与多家知名品牌并肩而立，引来众多网友热议。这块广告牌来自一家普通的街边烧烤店，是该场比赛唯一的个体工商户赞助商。

没有宣传标语，没有企业标识，仅有一个简单直白的店名，在赛场上甚至显得有些“格格不入”。当东北街边烧烤店的招牌与“苏超”赛场的绿茵场碰撞在一起，这场看似意外的“跨界合作”，实则奏响了体育大众化进程激昂的乐章。

体育商业化大潮中，赞助行为逐渐异化为“豪门游戏”。跨国企业、奢侈品品牌占据体育场馆最醒目的广告位，天价赞助合同成为财经版头条。当体育赞助变成只有巨头才能参与的数字竞赛时，普通人与体育之间的心理距

离被无形拉大。

这次“苏超”赛场上，东哈·东北街边烧烤“突出重围”，其背后折射的，正是“苏超”赛事“亲民”策略的成功实践。

“苏超”不再只是职业球员竞技的场地，更是城市中各行各业凝聚情感的纽带。烧烤店老板因家人对体育的热爱，对常州这座城市的感恩，拿出资金赞助，背后是普通民众对体育事业最纯粹的支持，也让体育回归“源于大众，服务大众”的本质。

体育回归大众的关键，正在于让每个人有机会成为体育事业的“利益相关者”。当街边烧烤与体育赛事深度绑定，赛事不再是遥不可及的竞技表演，而是市民生活的一部分，人们在享受美食时谈论赛事，观赛结束后相约撸串，体育就这样悄然融入日常社交与生活场景，进而激发大众对体育赛事的关注与参与热情。

不允许假扮骑手“卖惨”成“流量密码”

江德斌

近来，造谣者屡屡将镜头对准外卖骑手等新就业群体：有人休息片刻被渲染成“猝死”，有人阳台小憩被扭曲为“跳楼”……这些经过编造的虚假“悲情场景”，不仅伤害个体尊严，更侵蚀社会信任。近日，各地网信部门深入组织开展“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动，特别提到要聚焦恶意虚假摆拍问题，包括打造悲惨人设、假冒新就业群体身份等，并依法处置了一批违法违规账号（6月24日《中国青年报》）。

在利益驱使下，部分短视频账号无所不用其极，打造悲惨人设、假冒新就业群体身份、虚构“苦情”戏、利用公众善意卖惨营销，借此牟取不当利益。此类摆拍视频多以“真实事件”面貌示人，极具欺骗性，加之存在信息差，公众容易信以为真。由于外卖骑手等与市民接触较多，他们的不幸遭遇也容易诱发大众的同情心，往往会获得舆论支持、网友声援等。

可见，部分恶意营销账号深谙“流量密码”，通过假扮新就业群体的职业符号与极端化叙事，制造出“平台压榨”“底层悲歌”等刺激性内容，吸引广大网友关注。借助短视频平台的算法推荐，此类短视频会被推送给大量用户，获取点赞、评论与转发，

积累流量。当账号有了一定热度，便通过直播带货、广告植入等方式变现。这种畸形的传播逻辑，暴露部分创作者“吃血馒头”的投机心理，更值得警惕的是，若“狼来了”的故事反复上演，当真正需要帮助的骑手发声时，公众的共情能力可能已被提前透支。

因此，面对假扮骑手“卖惨”这种乱象，整治行动刻不容缓。平台应承担起主体责任，优化内容审核机制，加大人工审核的力度与专业度，对涉及外卖骑手等新就业群体的视频进行严格筛查，一旦发现虚假摆拍，立即下架处理，并对账号予以警告、封号等处罚。另一方面，充分利用技术手段，如人工智能图像识别、大数据分析等，对视频内容进行智能甄别，提高审核效率与精准度。同时，调整算法推荐策略，不再单纯以流量为导向，而是更多地向真实、积极、正能量的内容倾斜，引导创作者产出优秀作品。

在“流量至上”的喧嚣中，监管利剑出鞘彰显法治温度，此次“清朗”专项行动剑指虚假摆拍，不仅是对《网络信息内容生态治理规定》的刚性执行，更是对数字时代人文精神的坚定守护。新就业群体的汗水值得尊重，他们的故事需要被真实讲述，让法治阳光驱散恶意营销的阴霾，还网络空间以清朗。

商业文明进化需要“断舍离”的勇气

丁慎毅

6月23日，“于东来官宣将关闭多家门店”话题登上热搜。当晚，胖东来发布说明，分享经营过程中的管理经验，称关闭部分门店的原因是“品质跟不上”非关不可，表示将来会以更有品质的门店，为城市带来整洁和美感（6月23日《经济参考报》）。

因为“品质跟不上”非关不可，这个看似反常的商业决策，反映出当前消费市场的深层变革：企业是继续困在“将就”中“内卷”而不能自拔，还是在主动“升级”的“讲究”中反内卷？

胖东来的这种“升级”是对服务品质的苛刻自律。像被列入关闭名单的生活广场店，上半年销售额高达8亿元，却因停车难、动线设计落后等“小问题”被判出局。在传统商业逻辑里，这简直不可理喻。不少企业为了8亿元销售额可以牺牲一切，但胖东来的选择恰恰揭示了新商业文明的密码：消费者正在用脚投票，“将就”的时代结束了。

胖东来这场“关店风波”，最触动人的不是决策本身，而是背后的价值排序。有同行在压缩人力成本，他们却在为员工幸福买单；整个行业沉迷“流量变现”，他们却为几个停车位较真。这种“倒行逆施”，就像

给狂奔的行业踩了脚刹车——商业的本质不只是数据游戏，更是人与人的温暖连接。

曾几何时，“顾客是上帝”挂在商家店铺的墙上，却很少真正走进经营者的心。今天的消费者，早就不满足于“买到东西”，他们要的是“更美好生活提案”。那些老旧的动线设计，不仅是空间规划的落后，更是服务思维的代际差距。

胖东来这种“自断其臂”的升级方式，不但避免了内卷，也筑起了更高的竞争壁垒。一些企业曾试图复制胖东来模式，却始终不得其法。这似乎说明，真正的商业护城河，不是可以抄袭的运营技巧，而是深入骨髓的价值信仰。胖东来“不算企业小账而算员工大账”的智慧，或许才是其成功的终极密码。

从宏观上来说，胖东来的选择暗合了经济转型的大势。从“有没有”到“好不好”，从“拼价格”到“拼体验”，中国消费市场正在经历深刻的价值重构。那些还在用“量大管饱”思维经营的企业，就像拿着旧船票的旅客，注定登不上新消费的客船。

企业只有敢于说“这钱我不赚了”，更多地把用户体验置于财务报表之上，才会有更好的发展前景。



漫画角

“自残”

6月24日，中国消费者协会发出倡议：反对食品浪费，抵制极端吃播。中消协表示，当下，部分网络平台充斥着大量极端吃播内容，这些内容以挑战人类生理极限的食量，或以猎奇、超辣食物等罕见食材为噱头吸引眼球，与健康、节约、文明的现代生活理念背道而驰（6月24日央视新闻客户端）。

王琪 绘

春晓街道巧用“党建+” 让人才来了就不想走

三维招聘矩阵 激活就业“源头活水”

近日，北仑春晓湖工业社区的人才夜市灯火通明，30余家企业摆出招聘摊位，吸引数百名求职者驻足咨询。来自四川的求职者朱正荣在就业服务指导专区，半小时内完成了岗位匹配和补贴操作。“从找工作到申请补贴，春晓HR俱乐部‘一条龙’服务，效率太高了！”

这样的场景，正是春晓街道党建引领稳就业服务的生动缩影。

东海之滨，北仑春晓街道这片曾以盐田滩涂为主的土地，如今已汇聚近400家工业企业、数十个现代化住宅小区和多所优质学校、医院。十年来，春晓街道以党建为引领，构建“引才、育才、留才”全链条服务体系，已为上万名产业工人铺就“就业有门路、成长有平台、安居有保障”的幸福之路。

孙肖 周丹 阮筱/文
北仑区春晓街道供图

阶梯式培育 点亮“工匠星光”

在引才端，春晓街道打造“线上+线下+夜市”立体招聘网络。从开进园区的“招聘大篷车”到接地气的人才夜市，累计举办招聘活动100场，服务企业280家，发布岗位2.8万个。2018年，江西籍务工人员杨乾国通过就业市集入职宁波上中下自动变速器有限公司，如今已晋升为机械主管工程师：“社区不仅帮我找到工作，还提供了法律咨询和租房服务，让我安心扎根。”

政策支持同样“硬核”。北仑区为新就业人员提供最高30万元购房补贴、3年住房补贴及7天免费青年驿站住宿。为打通政策落地“最后一公里”，春晓湖工业社区孵化培育春晓HR俱乐部、劳模工匠服务队等志愿队伍、自治力量，6000余名求职者通过“政策红娘”团队实现与岗位的精准匹配，企业招聘成本降低35%，用工匹配率提升至50%。

“人才要引进来，更要育得好！”在春晓工匠学堂，20余名青年职工跟随导师进行设备装调实训。这样的技能课程每月开展，已培育省级劳模工匠9人、市级12人。这些工匠还组成“匠蕴初心”志愿服务队，为中小企业提供技术指导。

针对不同群体，春晓构建“新星学堂—工匠学堂—青年夜校”成长体系。新员工通过“晓梦帮帮团”获得一对一职场辅导；青年夜校推出咖啡制作、短视频剪辑等课程180余次，惠及6500人。春晓街道还联动宁波职业技术大学、浙大宁波理工学院等高校，共建示范培训基地、产教融合基地，破解技能人才供需和培育难题。

从“异乡客”到“春晓人”的温情蜕变

留才的关键在于“拴心留人”。春晓

街道年均解决超670人次职工住房需求，47项服务清单覆盖居住、文娱全需求。安徽籍职工黄志武入住人才公寓后感慨：“下班沿明月湖跑步，有家的感觉。”

特殊群体同样被关照。瓊展共富工坊吸纳残疾人就业，晓梦共富工坊为全职妈妈、随迁老人提供灵活岗位。随迁老人吴克荣月增收1200元，他说：“既能赚钱，又不耽误接孙子，心里踏实。”此外，37个青工社团月均举办活动超100场。极氪工厂职工丁然然说：“家庭运动会、吃瓜大赛让全家融入春晓，这里已是第二故乡。”

“从晨曦中的零工市场到夜幕下的青年夜校，我们正以党建为引领，精心绘制产城人融合的发展新图景。”春晓街道相关负责人表示，这份亮眼的稳就业成绩单，凝结着街道十年来的创新探索与实践积累。“下一步，我们将持续深化‘引育留’全链条服务体系，拓展高质量就业新空间，联动区人社局资源引进优质人力资源服务平台、建立企业共享服务中心，让更多劳动者在春晓这片热土安居乐业、梦想成真，为区域高质量发展注入更强劲的人才动能。”



春晓HR俱乐部季度例会推进“晓梦帮手”项目。

“职业体验，匠心启蒙”产业工人子女关爱活动。