

三江热议

金婚庆典,一堂生动的“家风公开课”

吴霞

“我愿意以岁月为证,与你相守如初;以家风为魂,教后辈笃行不怠……”8月16日,北仑区柴桥街道芦北社区活动室内暖意融融,15对金婚夫妻身着中式喜服,携手走过红毯,共同宣读金婚誓词。

8月18日《宁波晚报》

这场金婚庆典,表面是重温爱情,内里却是一堂生动的“家风公开课”——当年轻人沉迷于速食爱情、算法匹配时,这些老人用50年光阴证明:婚姻不是荷尔蒙的烟花,而是压舱石般的沉淀。

72岁的曹川镇说:“婚姻啊,就像做维修,平时多些小修小补的包容,就不会有‘大修大补’的那一天。”这话比任何情感博主的鸡汤都锋利。当年轻人把婚姻当“快闪店”,一言不合就“系统重置”,却忘了感情需要日常“打补丁”。金婚夫妻的“维修手册”里,没有“一键重启”的捷径,只有“手动调试”的耐心。俞东国夫妇两地分居30年靠的是“谦让”,沃学正夫妇的秘诀是“与人为善”。这些词儿不浪漫,却是婚姻的防锈漆。

当商家把七夕包装成“转账节”时,这些老人展示了真正的“爱情经济

学”:俞东国免费磨钥匙10年,李玮珍义务缝补衣物,曹川镇随叫随到修水电——他们的“感情账户”里,存的是利他的复利。正如乐于助人的沃学正教育外孙女:“好好学,做对国家和社会有用的人。”家风从来不是祠堂牌匾上的烫金字,而是社区里修好的水管、邻居家补好的衣服、代际间传递的善意,这种“行动派家风”,更直抵人心。

北仑区计划组建“金婚家风宣讲队”,堪称一场社会实验。当年轻人追捧“恋爱综艺”时,是否想过向隔壁修水电的金婚爷爷取经?德国社会学家贝克尔曾警告“个体化浪潮将瓦解家庭”,而这些金婚老人用“代际共学”给出解决方案:让00后跟着70岁老人学修家电,顺便“偷师”婚姻经营术;让企业员工听金婚夫妻讲“分居年代如何写信传情”,比团建拓展更能凝聚团队。

这些金婚夫妻像一群“时光逆行者”,他们的故事提醒我们:“快时代”也需要“慢功夫”,大数据算不出白头偕老。当我们在民政局门口统计离婚冷静期数据时,别忘了社区活动室里还有另一组数据——50年=18250次包容+36500次早餐+无数个“算了,让一步吧”。这些微不足道的“日常坚持”,才是家庭和谐真正的KPI。

图说世相

这些充电宝到底去哪了?



漫画 严勇杰

6月28日起,民航局充电宝新规全面实施:没有3C标识、3C标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝,禁止携带乘坐境内航班。很多旅客在登机前会将不符合标准的充电宝弃置在机场,那么这些充电宝究竟去哪了?近期,有观众向总台爆料称,二手平台上有商家公开售卖大量二手充电宝,对此,记者进行了调查。 8月17日央视网

街谈巷议

用“文旅惊喜”激活“票根经济”的无限可能

郭元鹏

要说这个夏天,浙江最热的赛事是什么?那必须得是“浙BA”!本周三“浙BA”城市争霸赛宁波队将主场迎战金华永康队。为进一步促进两地交流,宁波和金华都带着满满的诚意来“宠粉”:免费门票、酒店优惠、特色体验……一大波“文旅惊喜”派送不停。 8月18日《宁波日报》

一张“浙BA”球票,不仅能让人走进赛场感受热血沸腾的竞技魅力,还能摇身一变成为宁波与金华两地的“文旅通行证”——免费逛景区、民宿酒店享优惠、特色体验随心选。这场由赛事引发的“双向奔赴”,让“票根经济”不再只是简单的消费延伸,更成为连接体育激情与文旅魅力的纽带,为区域协同发展注入了鲜活动力。

“票根经济”的核心,在于让一张小小的票据突破单一功能,释放乘数效应。以往,赛事、演出的票根往往在活动结束后便失去价值,而宁波与金华的做法,却让票根成为串联“观赛+旅游”的钥匙。对球迷而言,看完比赛,不妨顺道逛逛对方城市,让赛场的呐喊与景区的风光形成“1+1>2”的体验;对两地而言,赛事带来的流量被转化为实实在在的文旅消费,酒店、餐饮、景区都能分得“流量红利”。这种将体育IP与地域特色深度绑定的思路,正是“票根经济”的精髓所在——以核心活动为引爆点,用配套福利

延长消费链条,让短期聚集的人气沉淀为长期的文旅吸引力。

“文旅惊喜”的关键,在于“诚意”与“精准”。宁波34家景区、32家民宿、69家酒店联动让利,金华推出“免费游、免费吃、免费体验”的三重礼遇,这些政策并非笼统的“打折促销”,而是针对赛事受众量身定制:凭票根享受福利,既锁定了精准客群,又让球迷感受到“被宠粉”的专属感。更重要的是,两地没有局限于“各自为战”,而是通过互送“文旅礼包”促进双向流动,这种打破地域壁垒的协同思维,让“票根经济”的辐射范围加倍扩大。当宁波市民手持球票走进金华的古老老街,当金华球迷在宁波的海滨浴场放松心情,消费的流动自然带动了文化的交融。

激活“票根经济”,更需让“惊喜”成为常态。一方面,需要建立常态化的跨部门协作机制,让体育、文旅、商务等部门形成合力,提前规划配套福利,避免政策“碎片化”;另一方面,要深挖地域特色,让“惊喜”不止于优惠,更在于体验的独特性——比如结合赛事推出城市微旅游线路、非遗体验工坊等,让游客带走的不仅是消费账单,还有对一座城市的深刻记忆。

一张票根,连接的是赛场与市井,承载的是“流量”与“留量”。这不仅是对“浙BA”的赋能,更应为各地探索“赛事+文旅”模式提供有益借鉴——毕竟,让每一份热情都得到回应,让每一次出行都充满期待,才是“票根经济”最动人的底色。

阿拉有话

县域旅游走红 怎样让年轻人“来了还想来”

曲征

不久前,《全国县域旅游研究报告2025》公布了全国县域旅游综合实力百强县,象山县、宁海县成功入选。其中,象山县位列第七,较上年提升3个位次。《报告》指出,当前,县域旅游呈现爆发式增长,市场热度攀升,核心客群以18岁至34岁的年轻人为主。

8月17日《宁波晚报》

“不是大城市去不起,而是小县城更有性价比。”这句在社交平台刷屏的调侃,道出了当下年轻人旅游消费的新动态。宁波的象山、宁海双双入选全国县域旅游综合实力百强县,其经验为县域旅游“圈粉”年轻人提供了借鉴,那就是:打动年轻人的,从来不止“低价”,更是“独特体验”“深度沉浸”与“文化共鸣”的综合吸引力。

相较于热门城市动辄上千元的住宿、百元起步的门票,县域旅游在交通、餐饮、住宿等方面的“友好定价”,降低了年轻人的出行门槛。但真正让年轻人心动的是“低价不低质”的“质价比”,即“花更少的钱,获得更独特、更有质感的体验”。

数据显示,宁波已建成1322个A级景区村庄,覆盖率达62%,10个金3A级景区村庄,10个景区城、120个景

区镇星罗棋布。这些基础设施的完善,不仅让“说走就走的旅行”成为可能,更让年轻人在“低成本出行”中收获了“高价值体验”。

“反向旅游”的兴起,让“小众”成为年轻人的新追求。但“小众”不等于“冷门”,年轻人真正渴望的,是“适度商业化却保留原汁原味,能深度融入当地生活”的“宝藏地”。宁波县域旅游的破题之道,正在于将“小众资源”打造成“独特IP”,让“冷门线路”变成“网红打卡点”。

县域旅游的核心竞争力,在于能否将“老祖宗留下的宝贝”转化为“年轻人喜欢的模样”,即在“存古”中“出新”,让传统文化“活起来”。前童古镇通过竹编制作、泥金彩漆、扎染等民俗体验项目,让游客亲手触摸非遗技艺;以元宵行会、长桌豆腐宴等“造节”活动,让不同时节游客收获不同惊喜。

这些案例印证了文化不是“陈列品”,而是“体验源”。县域旅游需避免“为了商业化而丢掉文化根脉”,也不能“固守传统而拒绝创新表达”。唯有像宁波这样,将历史人文、风土人情转化为“可参与、可感知、可传播”的沉浸式产品,才能让年轻人在“玩”中感受文化魅力,在“体验”中产生情感共鸣。

晚报评论邮箱: nbwbpl@163.com