

越是流量汹涌，越要尊重平凡

近日，“扁担女孩”因一则视频走红，对于网友的善意资助，她婉言谢绝，并回应称无意成为网红；高考前夕，“韦神”韦东奕开通短视频账号，短短数天涨粉2000多万，迅速引发争议，该账号目前暂时停更。

这两个看似毫不相关的事件，背后都指向一个共同的关键词——流量。

要读懂这个时代，就必须读懂流量。面对无处不在的流量冲击，如何守住内心的宁静？信息爆炸时代，为什么需要尊重普通人“默默无闻”的权利？流量本无善恶利弊之分，在追逐机遇浪花的同时，如何沉淀属于这个时代的价值，更值得深思。

—

打破“流量崇拜”的滤镜，才能看见真实的好故事。

“流量”是互联网文化的重要标志，有人甚至认为这是一个“得流量者得天下”的时代。在“流量至上”的简单逻辑指引下，一些问题和隐忧已经显现。

舆论场上，部分营销号为了抢流量、博眼球，置法律法规、公序良俗于不顾，大量洗稿剽窃、造谣生事、制造焦虑，成为网络诽谤、谣言等的策源地或推手，损害了健康的网络舆论生态。有人评价现在的内容生产者，“为了流量，啥都能编；只要吸睛，啥都敢干”。

个别媒体和平台也陷入了“流量崇拜”，对于热点话题“能蹭就蹭”，盲目跟风玩梗，各

种“新黄色新闻”层出不穷，简单地将“数据”当“成绩”，将“上热搜”等同于“影响力”，进而产生“流量依赖”。

以刚刚过去的高考为例，一方面，大量自媒体营销号热衷于制造虚假信息，贩卖教育焦虑，各种“绝密押题”“内部门路”“提前查分”等骗局频现网端；另一方面，高考新闻被指“套路化”，为了流量强行煽情，各地的新闻题材和内容千篇一律，连BGM（背景音乐）都可以沿用多年。

反观今年高考期间的典型传播案例，网友随手一拍的“扁担女孩”、陌生大哥脱衣帮助考生进入考场等生动瞬间，无不在跳出常规套路中实现了破圈传播，在情感共鸣与价值传递中找到了差异化切口。

比起流量“造神”的营销，我们更愿意被平凡人身上的光 and 热打动。对于媒体和网络平台而言，不能过度追求浮于表面的浪花，而是要沉下去追寻深处的洋流。只有主动打破“流量崇拜”的滤镜，坚定地做价值的挖掘者而不是流量的拥趸者，才能讲出直抵人心的好故事，共建清朗阳光的网络环境和舆论生态。

二

跳出“流量陷阱”，才能在喧嚣中保持定力，稳步前行。

“我还是我，未来的路还得自己走。”走红之后，“扁担女孩”刘燕接到了大量的资助信息，也有人认为她可以趁机走上网红之路。

三

警惕“流量霸凌”，平凡人的“默默无闻”同样值得尊敬。

手机成了“外置器官”，网络热搜持续滚动，直播镜头无处不在……当流量无孔不入的时候，如何守住网络空间和个人隐私的边

界，如何保护普通人“默默无闻”的权利，成为一个必须正视的问题。

“流量虹吸”带来的过度关注正在挤压人们的隐私空间。不论是明星偶像的“饭圈”现象，网络媒体的过度曝光，还是公共空间的直播乱象，流量狂欢下的伦理失守，都一再引发公众担忧。

去年7月，多位主播在深圳地铁站内外进行直播，并引导炒作“全部都是满脸的怨气”“一看就是失败者”等恶意话题，迅速引发热议，成为一起典型的公共空间直播侵权事件。

对弱者的“流量霸凌”，也在一定程度上恶化了网络生态，带坏了社会风气。一些博主热衷于猎奇、卖惨，以博取观众的注意力和同情心赚取流量，个别媒体和平台则偏爱“苦难叙事”，导致事件主人公遭受不必要的公共审视。

以“凉山孟阳”为代表的“卖惨式直播”曾盛极一时，无良博主通过剧本摆拍、丑化农民形象牟利制造卖点，用助农销售的“假慈善”套路牟取暴利，令人深恶痛绝。

每个人的生活都不是“楚门的世界”，尊重平凡应该成为流量时代新的伦理追求。互联网越是发展，越要保持边界感和距离感，这不仅是对个人隐私的保护，更是对平凡人生活空间的尊重。在时代的浪潮中找到流量红利与多元价值的平衡，让奋斗者拥有更大的舞台，让普通人享受“安静”的权利，这才是流量向善、文明向上的长远之路。 据上游新闻

留学生“打卡”重庆美食

近日，“渝味传五洲·舌尖漫游”美食文化推广活动举行。来自重庆大学、四川外国语大学的留学生欢聚一堂，在餐饮师傅的带领下，学习制作醪糟冰汤圆、狼牙土豆，品尝麻辣鲜香的重庆小面和地道的荣昌卤鸭，通过手指和舌尖，感受巴渝饮食文化的独特魅力。图为参加活动的外籍留学生在沙坪坝大学城熙街美食街学习制作狼牙土豆。该活动同时在海内外多平台进行直播与推广，通过美食向世界展示巴渝文化。

重庆日报记者 崔力 摄



第十届重庆文化旅游惠民消费季启动仪式举行

旅魅力。

在本届消费季启动仪式主会场——巴南区龙洲湾商街，设置了涵盖“智游山城”科技街区、“巴渝匠心”非遗街区、“渝味360碗”美食街区、“惠享重庆”优游街区、“潮玩无界”娱乐街区、“文韵山城”艺术街区六大板块200个展位，打造本届消费季的惠民“主战场”，可供市民游客沉浸式体验“逛、购、品、娱”的乐趣。如，美心红酒小镇展台，不仅免费赠送定制版大面包，还推出了“吃住游”暑假旅游优惠，包括“0.1元秒杀酒店豪华套房”“9.9元享

韩式自助烤肉”“0.1元体验穿楼小火车”等，吸引大量市民游客参与。

除了主会场活动外，全市各区县也同步推出了一系列特色文旅活动、新消费场景和惠民措施，包括举办非遗、展演等各类文化旅游活动4000余场次；发布2025年重庆夏季避暑纳凉热点图，收录了武隆仙女山露营、江津四面山避暑、欢乐谷玛雅水世界耍水、大足如梦荷棠·山湾时光等近100个优质项目等。

全市80家A级景区、国家级旅游度假区也将推出清凉消夏季、康养避暑季、仲夏音

乐季、星空露营季等系列旅游休闲度假活动，涵盖文旅康养、旅游休闲、体育赛事、文旅节会等超100项，并推出度假项目优惠、特价套餐优惠、毕业季优惠、免费观演等系列惠民举措。

此外，市文化旅游委还联动金融机构、电商平台、重点企业推出一系列惠民消费补贴，其中中国石化集团重庆石油公司将发放5000万元出游礼包、滴滴平台将发放1000万元旅游出行补贴、美团外卖将发放吃住游购娱大礼包6000份。

全国首批试点！

重庆实施八大工程26条举措 促进零售业高质量发展

增加值占GDP比重达54%，批发、零售增加值增速高于GDP增速；完成40个低效闲置物业改造提质工程，实现引进首店数量超1000家，引进优质运营商超20家。

针对零售载体提质，重庆将围绕城市商业载体转型升级、县域商业体系强基固本和商贸流通体系顺畅保通，加快建设“2+3+4+N”城市商业载体空间体系等。到2027年，实现创建2个在全球具有影响力的世界知名商圈、建成10个城市核心商圈、打造一批具有巴渝特色的消费新场景、建设100个15分钟商业服务圈、培育1个100亿级城市商业综合体和2个50亿级城市商业综合体；“快递进村”服务覆盖率和农村电商服务对具备条件

的行政村覆盖率均达到100%。

聚焦零售供给升级，重庆将大力发展首发经济、品牌经济、服务消费。通过优化升级首发经济发展支持政策，吸引国内外知名品牌在渝开设全球性、全国性和区域性品牌首店、旗舰店，在渝首发首秀新品；实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略，培育一批富有巴渝特色的“渝货精品”“非遗精品”以及“渝伴礼”必购必带品牌，不断丰富地域特色消费供给；发展重庆美食“渝味360碗”“渝悦·数智家政”和六大特色服务消费品牌，不断提升重庆国际知名度和影响力。

围绕丰富零售业态，重庆鼓励融合丰富游乐体验、培育打造演艺空间和发展融入文

娱业态，包括发展“天台经济”，提质打造室内游乐、电影娱乐、室内运动、演绎剧场等消费新场景；引入美术馆、博物馆、密室逃脱等体验式业态，打造AI等融合科技设计空间场景；转型发展康养、亲子教学、体育运动、健康医疗等消费业态。

近年来，重庆加速建设国际消费中心城市，通过持续优化政策服务，日益完善商业设施，积极挖掘在地文化等举措，构建起多元化、高品质的商业品牌格局，优质运营商与业态品牌呈现出百花齐放的发展态势，城市吸客力和辐射力强劲，消费市场活跃，推动无人便利店、智能售货机、社区团购等新零售模式涌现，为零售业的创新提升注入了强劲动力。

一些地区取消“国补”？不存在的

后续还有1380亿元中央资金下达，地方也将相应配套和自行安排足够的地方资金

国补活动升级中”等提醒。

正是基于这些表述，部分网友开始猜测，一些地方“国补”是否就此停止？通过采访多地相关负责部门和相关负责人，记者了解到，所谓取消“国补”的情况是不存在的。

重庆市商务委5月下旬在其官网“公开信箱”栏目里回复表示，全市加力扩围实施消费品以旧换新补贴政策，市民群众参与积极性高，第一阶段补贴资金即将使用完毕。目前，相关部门正在起草第二阶段以旧换新补贴政策。

记者通过调研发现，在国家确定补贴规

则“大框架”的基础上，各地拥有一定的自主权，可以确定国补落地的“小细节”。中国社科院财经战略研究院财政研究室主任、研究员何代欣认为，少数地区政策实施进度较快，跟当地消费结构和消费者积极性有关。

今年以来，消费品以旧换新政策不仅增加了手机、平板、洗碗机等新品类，安排的超长期特别国债资金规模也翻了一番，从去年的1500亿元增至今年的3000亿元。这3000亿元超长期特别国债，再加上地方按比例配套和自行安排的资金，共同构成了“国补”的资金来源。

这3000亿元，是综合多种因素、“切块”分配到地方的。为了让地方合理有序可持续地使用中央资金，在下达流程上，今年的3000亿元中央资金按批次下达。

记者了解到，今年1月和4月已分别下达两批共计1620亿元中央资金，支持地方做好一、二季度消费品以旧换新工作。后续还有1380亿元中央资金将在三、四季度分批有序下达，同时地方也将相应配套和自行安排足够的地方资金，“国补”还将继续惠及广大消费者。（据新华社北京6月18日电）

大足打好防汛工作“主动仗”

新渝报讯(记者 张琦 杨琢 实习生 刘科余)眼下主汛期已至，连日来，大足区各相关部门紧绷防汛安全弦，积极完善应急预案，加强应急演练，排查消除各种风险隐患，全力打好防汛“主动仗”。

针对“超标准洪水、水库失事、山洪灾害”三大风险，大足区水利局组织工作人员，全面排查水库、堤防、闸门、水电站、防洪薄弱点、山洪灾害风险点等工程状况，发现并整改各类隐患98处，维护水文站、水库监测设施195套，并依托通信运营商做到预警信息全覆盖。

此外，该局还在汛前完成了全区116座水库的大坝安全、防汛安全的行政、技术、巡查“三个责任人”和33个山洪灾害危险区、1个市级防汛薄弱点、7个区级防汛薄弱点责任人的更新，明确了职能职责。同时紧盯水库监测预警预报、调度方案运用、安全应急管理“三个重点”，为水旱灾害防御保驾护航。

数据显示，目前，大足区已组建镇街综合应急救援队伍23支、705人，部门应急救援(保障)队伍25支、824人，社会救援力量2支、50人；储备应急救援物资8类、237种，总计63000余件；今年以来共开展防汛调度演练、山洪灾害防御演练165场次。

“当前，我们正全面统筹全区防汛力量，指导各镇街持续密切关注雨情水情变化，层层压实防汛责任，不断完善预案修订，强化隐患排查整治、应急物资储备和抢险队伍建设等关键环节，坚决筑牢防汛安全屏障，全力确保全区安全度汛，切实守护好人民群众的生命财产安全。”大足区水利局相关负责人表示。

大足各界广泛参与社会救助工作

新渝报讯(记者 犹骥 余杰)6月19日是第13个全国流浪乞讨救助管理机构开放日，大足区民政局广邀各界人士走进区救助管理站，举行救助机构开放日宣传活动和“夏季送清凉”专项救助行动启动仪式，共同营造全社会共同关心、帮助流浪乞讨人员的温馨氛围。

当天早上，大足区部分人大代表、政协委员、村社干部、爱心人士和市民代表近百人听取了救助管理站工作介绍，参观了救助区、医疗室等设施设备，并向关爱对象赠送防暑降温用品。区民政局给大家分发《民政惠民政策》《扶残助困一件事》等政策汇编和《关爱流浪乞讨人员夏季送清凉倡议书》，让更多的人知晓流浪乞讨人员救助政策和程序。

近年来，大足区采取了一系列有针对性的救助措施，加大了主动救助力度，开展了街面劝导、“夏季送清凉”“冬季送温暖”等专项救助行动，进行全方面、全覆盖巡逻，保障全区流浪乞讨人员基本生存权益。2024年6月以来，大足区救助站共救助流浪乞讨人员163人次，其中，未成年人30人次，老年人26人次，残疾人26人次，救治危重病人和疑似精神障碍者51人次。

快递包装缘何“瘦身”难

□ 新华社“新华视点”记者

瓦楞纸箱上缠绕着难撕开的胶带，包装盒里有大量气泡袋、发泡塑料……不少人在收快递时，都会遇到这种“套娃”式包装。

快递包装缘何难以“瘦身”？如何推动行业实现绿色转型？

“套娃”包装、刺鼻气味、垃圾激增

四川成都市的徐先生在网上购买了一台迷你CD机。商品尺寸不大，包裹尺寸却是商品的两倍，里面放满气泡袋。

记者调查发现，一些商家会在包装中叠加薄膜、网套等材料；部分商家在快递中大量放置冰袋、防潮垫等“功能性”包装品。为降低成本，一些商家选择低价劣质的胶带、塑料和纸箱进行包装。部分快递集中存放的区域，即使戴着口罩也能闻到刺鼻气味。

过度包装也造成废弃物的激增。在北京的一家垃圾分类分拣中心，记者看到成片放置的分类垃圾。中心负责人表示，这些垃圾主要从多个社区回收而来，每天送到中心的可回收物约为60吨。以黄板纸为主要材料的快递包装纸占比越来越多，目前已超六成。

缘何“瘦身”“向绿”难？

快递包装缘何难以“瘦身”？

一家快递企业的负责人告诉记者，企业负责寄递的95%以上的商品包装由平台电商负责，很多电商或为提升品牌溢价和开箱体验，或为避免运输过程中商品出现破损，普遍在包装上下功夫，进而导致过度包装。

新修改的《快递暂行条例》自今年6月1日起施行，条例提出，鼓励经营快递业务的企业和寄件人使用可降解、可重复利用的环保包装材料。

“相较传统的瓦楞纸箱或胶带包装，环保材料包装箱的成本往往是2倍甚至更高。大量使用可能会削弱商家的价格竞争力。”一名快递站点的负责人坦言。

在绿色回收方面，修改后的《快递暂行条例》提出，鼓励在快递经营场所和企业事业单位、住宅小区等其他适当场所设置包装物回收设施设备。

记者在长春市走访的20家快递营业网点、快递驿站大多设有绿色回收箱，其设计初衷是让更多快递箱循环使用。

但记者发现，其中多数回收箱要么在角落闲置，要么堆进了杂物或垃圾，能真正发挥用途的屈指可数。除此之外，不少消费者并不在网点驿站现场拆箱，一些本可循环使用的快递箱最终被扔进垃圾桶。

实现快递绿色化、减量化需全链条管理

快递过度包装治理涉及生产、使用、回收、处置等多个环节，全链条共同发力是实现标本兼治的关键。

不少快递公司正通过一系列措施，对快递包装“改头换面”。

菜鸟通过算法设计和精细化运营适配纸箱尺寸，行业整体满箱率提升18%，箱型数量减少11%。

以废弃石料为原材料的可降解环保生物塑箱，是中通快递目前正试点使用的新型包装箱。“这种包装箱成本较高，我们正在推进仓库智能化建设，应用一系列设备降低物流成本。”中通云仓市场品牌部负责人徐永贵说。

网点驿站是治理形成闭环的关键，推进快递包装“瘦身”“向绿”，需培养投递回收意识。

中国交通运输协会快运物流分会副会长徐勇表示，有关部门要加大监管力度，从源头排查整治生产不合格、环保不达标包装材料的工厂，避免不合要求的包装材料流入市场。（据新华社北京6月19日电）