



# 让乡土IP带火文旅体消费

□ 侯莎莎

过了腊八,春节将近。盘点最近的互联网热点,很多与乡土、年味有关。在聊城,开发区蒋官屯街道后铺村的地排车拉力赛火热启动,别具一格;铁西大集一则“山东大锅看聊城”的视频更是掀起热潮,获万人转发,不少市民前去赶大集,吃大锅菜……

这些乡土IP,带着年的味道和浓浓的烟火气,提醒人们:年近了!而它们的火爆出圈印证了一个事实——乡村,对人们的吸引力从未消失。

近些年,不少乡村题材的视频火出圈,让越来越多人爱上了赶大集,爱上了

田园生活。这种流量上的热度,也彰显着乡土中国的魅力。对于地方而言,可以把握群众需求,充分挖掘本地资源,探索更多乡风民俗的现代表达方式,顺势而为带动文旅体消费。

先说乡土IP为啥会火。

根植乡土的真实性,是文化生命力的源泉。无论是拉地排车比赛,还是冒着热气的大锅菜,都是从百姓日常生活、节庆习俗中保留下来的场景。这种“真实”是其触动人心、引发集体共鸣的原因。老食客那句“吃的是味道,更是人情”,背后满是乡愁和回忆。凑热闹、买年货,这份扎根市井的真实,这份“有钱没钱,回家过年”的心情,萦绕心头、历久

弥新。

以创新表达呼应时代脉搏,让平台成为传递乡情的温暖纽带。从田间地头、市集灶台到网络“顶流”,这一转变的关键在于表达方式的创造性转化。通过短视频平台的生动记录与传播,传统民俗被转化为可观看、可体验、可分享的文化产品。在抖音、快手等平台,“赶大集”相关话题播放量激增,大锅菜、乡土美食成为最吸睛的符号。透过屏幕,人们看到了美食与烟火气,看到了品牌故事、手艺传承,感受到了慢生活惬意且放松的状态。由此,“云赶集”不再仅是线上围观,更成为一种新的文化实践,让民俗在数字时代获得传承的崭新土壤与持久生命力。

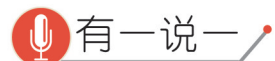
成功的乡土IP,往往是多种要素的融合。如“2026聊城黄河·运河大集”,有民俗大戏、非遗匠市集、年货大街、美食长廊、奇幻大马戏、冰雪乐园等多重亮点,形成了“赶集购物、美食体验、社交往来、民俗感受”的多元场景。这种融合创造了“1+1>2”的聚合效应,将短暂的客流转化为持续的经济活力和文化影响力。

乡土广袤,自有心安一隅。聊城拥有深厚的运河文化积淀、丰富的民俗资源,相信通过创新表达、融合发展,定能创造出更多让人心驰神往的本地“热点”,带动文旅体消费,为城市高质量发展注入绵长而深厚的力量。



## 皇帝的新衣

徐民作



# 适老玩具解锁银发经济新密码

□ 李丽

近日,据《钱江晚报》报道,淘宝平台“适老玩具”搜索量同比增长超120%,成交量同比增长超70%,55岁以上消费者占比持续提升。这释放出一个重要经济信号——银发经济正从基础保障型需求,向品质化、精神化、个性化方向转变。老年玩具热销的背后,揭示了老龄化社会蕴含的巨大市场潜力与产业新机遇。

最新统计数据显示,截至2025年年底,我国60岁及以上人口超3.2亿,占全国人口的23%。这个庞大的群体,消费观念正在发生深刻转变:从“养老”到“享老”,更注重生活品质与精神生活。老年玩具市场的快速增长,正是这种转变的直观体现——老年人愿意为能带来快乐、健康和社会连接的产品付费。预计到2030年,我国银发经济规模将达到十

万亿量级,其中精神文化消费将成为重要增长极。

从产业视角看,“适老玩具热”揭示了银发经济产业链延伸的多种可能。目前,从产品研发、生产到销售、售后,适老玩具产业已现雏形。目前,浙江有企业正通过与高校合作,进行老年益智玩具研发;通过科技赋能,探索“AI+玩具”融合;通过出海布局,将中国老年玩具产品推向日本、德国等老龄化先行的市场。这不仅是单一品类的拓展,更为康复辅具、智能养老、文娱服务等关联领域提供了创新思路与融合接口。

然而,当前适老玩具行业刚刚起步,存在着缺乏统一标准、社会认识不足、适老化不充分等痛点。要实现银发经济的高质量发展,需要构建更加完善的产业生态:根据不同年龄段的人群特点推出细化标准,引导企业进行针对性研发;鼓励医疗机构、设计团队、科技公司跨界合

作,提升产品专业性,确保产品真正适老;加强宣传教育,提升社会对老年玩具具备健康与社交功能等方面的认知。

发展银发经济不仅关乎商业机遇,更承载着重要的社会意义。优质的老年产品与服务,能够切实提升老年人的生活质量与社会参与感,减轻家庭照护压力,从而促进社会和谐与可持续发展。政府、企业与社会应形成合力,通过政策扶持、市场规范、技术创新等方面的协同,将人口老龄化的挑战转化为经济增长、民生改善的新动能。

随着老龄化程度加深和老年消费需求不断升级,从适老玩具到智慧康养,从老年旅游到银发课堂,每一个细分领域都孕育着创新机会。企业要真正理解老年人不断变化的需求,以务实与匠心提供安全、实用、有趣的产品与服务,让银发经济真正“大有作为”,实现经济效益与社会价值的双赢。



## 年会不是服从性测试

□ 张悦

临近年底,不少单位开年会、搞活动,可有的员工未必愿意上台表演。深圳工会发布的一则案例显示,一公司领导要求员工小明在公司年会上表演脱口秀,小明以工作繁忙为由拒绝,领导认为其“不给面子”。次日,公司给小明开具《解除劳动合同通知书》,理由为不服从公司安排、旷工,属严重违纪。

没听到理想的回答,领导难免心有不满,可蛮横甩出辞退书,就不只是肚量的问题。霸道的管理,暴露格局的狭隘与管理能力的匮乏。开除小明就是“震慑”其他员工:只要还想在公司干,领导要求的事儿,不想干也得干。

领导说法再大,也大不过法。法院认为涉案公司系违法解除劳动合同,需一次性向小明支付赔偿金。判决表明,企业的用工自主权有边界,不能对员工做无限要求,滥用职权、控制欲太强,在法律上行不通。企业办不办年会,年会上有没有表演,从来不是必选项。能做到尊重、理解、包容员工的企业,没有年会照样能得人心。

据《北京晚报》

## 听AI的话吃错药 技术不是万能解药

□ 刘少华

据红星新闻报道,近日,一名患者使用AI问诊后误服大剂量药物,导致血肌酐飙升至10倍,出现急性药物性肾损伤。据悉,当事人吴先生患口腔溃疡,自行上网用AI搜索治疗建议,并购买“伐昔洛韦”口服。因服用超过标准剂量的3倍,再加上服用了一次消炎止痛药,两种药物超剂量使用导致其出现急性肾衰表现。

技术从来不是万能的解药。在医疗这样高度专业且关乎生命健康的领域,医生的判断始终不可或缺。此次事件折射出部分患者在健康素养与信息辨别能力上的不足,将AI视为“电子医生”,把“建议”误解为“诊断”。

有病要吃药,但不能乱吃药。在享受技术便利的同时,我们也要树立正确的健康观念,提升对网络信息的辨别能力:AI问诊只是医疗资源的补充,但不能替代专业医生的诊断与处方——这是常识,也是底线。

据《工人日报》