

小葫芦何以火了18年

□ 侯莎莎

金秋十月,光岳楼下,众多葫芦展位沿古城街巷铺开,第十八届江北水城·两河明珠(聊城)葫芦文化艺术节如约而至。有人问:一个葫芦节,咋就火了?而且一火就是18年?

细看这场节会,就可以找到答案。

火,火在新奇感里。葫芦文化艺术节被网友称为“大开眼界之地”。匠人们用葫芦做花瓶,将一个土里土气的葫芦做成艺术品;用葫芦做包包,背上身回头率拉满……匠人们始终没把葫芦当成只能摆着看的摆设,而是将其做成人们愿

意“玩”起来的创意文玩,让一枚葫芦可以被顶在头上、盘在手里、挂在包上,让非遗手艺生生不息。1993年出生的莫俊玲创新技法,在传统烙画基础上升级墨刻工艺,其定制葫芦单件售价可达数千元;年轻人郝学坤走进直播间,向数万网友讲述福禄文化,让古老手艺闯出线上江湖。

火,火在它有根。东昌葫芦雕刻始于宋代,明清借运河漕运兴盛而繁荣,2008年入选国家级非遗。18年节会积淀,从早期“几十家摊子、一口袋一口袋地卖葫芦”的简易集市,到今年近2000个展位的全国性行业盛会,靠的不是一时热闹。东昌府区葫芦种植面积3万余亩,

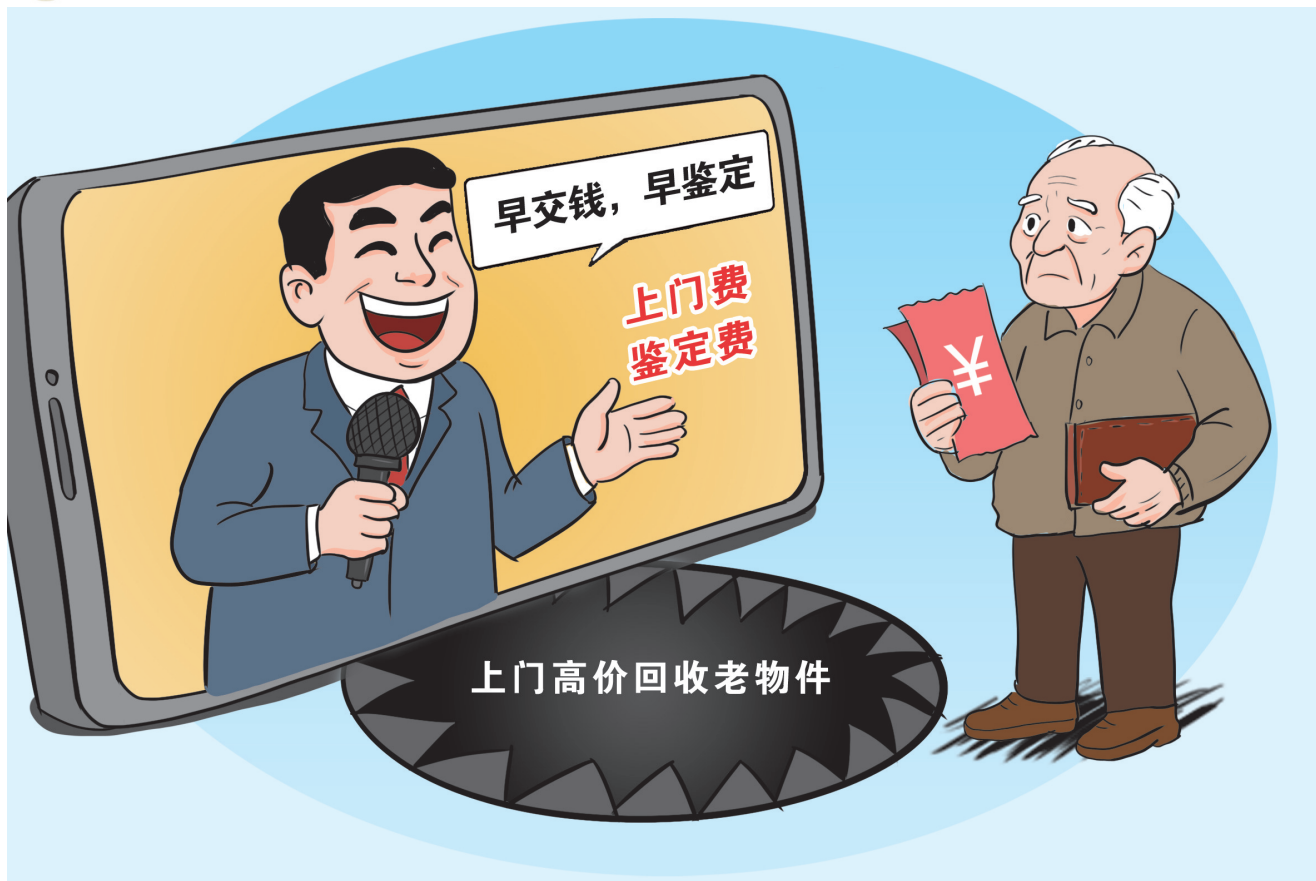
相关产品占全国市场份额约75%,全产业链年综合效益达30亿元。田间地头连着北京的潘家园旧货市场,路庄村直播间连着海外市场。产业有根,节会才有底气;手艺有人,非遗才代代传承。

火,更火在它懂人心。葫芦谐音“福禄”,是流淌在中国人血脉里的吉祥符号。有网友说“十几块钱承包整晚的快乐”“认真打皮,真的很治愈”。在快节奏的当下,盘一枚葫芦,盘出的是情绪价值,是“少生气、多盘葫芦”的生活哲学。节会办在古城,人们逛的是烟火气;AI生成专属福禄图像,玩的是新鲜感;高铁票根换优惠、惠民巴士串起路庄村、光岳

楼、临清运河钞关等文旅点位,享的是实实在在的便利。政府搭台,企业唱戏,百姓受益,小葫芦做成大产业,土特产变成金招牌,节会成为赋能城市发展的载体。

说到底,葫芦文化艺术节火了,是因为它给了葫芦产业链上的从业者展示产品、交流技法、探讨外销的平台,也为全国葫芦爱好者提供了一个让人大开眼界的市集;非遗手艺接上了田间藤蔓与海外订单,可谓一根藤蔓牵万家,万般福禄入东昌。盘的是葫芦,火的是烟火气。当传统文化符号融入日常生活,变成人们愿意随身携带的物件;当一枚小葫芦串起千家万户的幸福生计,这个节,想不火都难。

画里画外



高价回收藏骗局

辛政 作

有一说一

敬老爱老不应止于重阳

□ 李丽

岁岁重阳,今又重阳。据报道,在高唐县南五里社区党群服务中心,义诊的问诊声、义剪的咔嚓声、老人们第一次让别人给洗脚修脚的笑谈声,让这个金秋的敬老节格外暖心。南五里社区联动多方力量搭起便民服务平台,把脉问诊、测血压、中医理疗、剪发修脚、上门慰问……一桩桩立足老人需求的实在事,把节日关怀送到了辖区老人身边。

然而,我们也常看到一种现象:重阳节的横幅一收、活动一散,不少地方的敬老热度便跟着慢慢降了温。敬老爱老,从来不该只在重阳节这一天,而应融进烟火日常;只有把功夫下在平时,这份暖意才能一直持续下去。

敬老爱老是中华民族绵延千年的优良传统,也是新时代基层治理的温情底色。如今,随着老龄化程度的日益加深,空巢、高龄老人的生活照料、健康保障、情感陪伴等日常小事,恰恰是民生服务最该落脚的地方。今年重阳节南五里社区组织的活动直面老人实际需求,从健康义诊、中医理疗的健康守护,到免费理发、泡脚修脚的便民服务,再到送爱心水饺、上门慰问的暖心陪伴,件件都是贴近老人日常生活的实在事,让敬老不再是一句空泛的口号,而是触手可及的温暖。

最难得的是这场活动里藏着的代际传承。社区里的孩子们挽着袖子亲手擀皮、包饺子,家长们在一旁只做“安全员”。当孩子们把水饺递给老人的那

一瞬间,“敬老”已从书本上的一个词变成一粒种子,种进了孩子们的心里,传统美德就这样完成了代际传递。

社区本就是服务老人的最前沿,一场重阳活动,其实也是基层精细化服务的一个缩影。多方志愿力量联动,面向高龄、独居老人的需求精准发力,把暖心服务从节日延伸到日常,就能慢慢补上居家养老的服务短板,让老人们获得切实的归属感、幸福感。

重阳敬老,不止于一日,更在于朝夕坚守。期待更多社区持续对接社会资源,常态化开展敬老助老服务,用细致贴心的举措守护最美“夕阳红”,让敬老爱老蔚然成风,让每一位老年人都能安享幸福晚年。

□ 吕晓磊

外卖结算,立减6元,条件是开通月付;视频刷到一半,弹出“最高可借20万元,即刻到账”。最近,不少人疑惑:为什么总有App想借钱给我?殊不知,这背后,是一门利润丰厚的生意。

天下没有免费的午餐。所谓“立减6元”“最高可借20万元”,不过是一种话术。一旦开通月付或借贷,用户便步入了超前消费的轨道。平台赚取的,是分期手续费、逾期利息,这不是什么高明的手段,只不过很多人被“优惠”的外衣迷惑了双眼。

更值得警惕的是,这种借贷诱导正无孔不入。从吃穿住行的日常消费到闲暇时的短剧、短视频,几乎每个被打开的App,都想在借钱这件事上分一杯羹。它们利用高频场景培养用户借贷习惯,让“先享后付”悄然变异成“先借后还”。当借贷变得像点外卖一样简单,理性消费的堤坝便容易在不知不觉中被冲垮。

有人说,这是市场行为,你情我愿,无可厚非。但问题在于,这种“愿”是否建立在充分的知情与理性判断之上,当“立减6元”的诱惑摆在面前,有多少人会认真计算分期背后的真实年化利率?当“即刻到账”的便捷成为卖点,又有多少人会停下来想一想:我真的需要这笔钱吗?更不必说,部分平台在宣传中刻意淡化借贷属性,弱化风险提示。其实,这种行为已经游走在合规的边缘。

金融创新本应服务于美好生活,而非制造消费陷阱。监管层面,应进一步规范借贷营销,要求平台以显著方式披露真实利率与风险,而不是以“优惠”为名诱导过度借贷。平台层面,更应该算长远账,靠诱导借贷赚钱,透支的是用户信任,也是平台自身的口碑。而对于每一个普通人而言,面对“借钱”的诱惑,不妨多一分清醒,要知道,那些看似“白送”“立减”的优惠,早已在暗中标好了价格。

消费是拉动经济增长的引擎,但引擎需要可持续的动力。让消费回归真实需求,让金融回归服务本位,我们才能走得更稳、更远。毕竟,借来的钱终究是要还的,而生活经不起太多“先花了再说”。

莫让借贷诱导冲垮理性消费堤坝