

“有我在，不要怕！”

刘薇

“当你被别人欺负的时候，勇敢一点，大胆一点！有我在，你怕什么？”一位班主任这样对自己班里的学生们说。好老师是学生的后盾，但抵制校园霸凌，不仅需要老师们努力，更需要制度层面给力。

山东聊城第九中学小学部东方老师是语文老师，也是一位班主任。某日课前，她向全班放“狠话”，对校园霸凌零容忍，不允许出现欺负别人的事情，紧接着便如上般教孩子勇敢。“你相信我会为你撑腰吗？”当她这样问，孩子们异口同声回她以“相信你！”

这份信任珍贵且不易。以往披露的校园霸凌事件中，选择隐忍导致受害愈重的孩子，有很大的顾虑，不信任也不敢信任家长和老师会为他撑腰、保护他。据媒体报道，东方老师平时与学生们接触很多。我们都知道，鉴于教学与各类其他任务压力，绝大多数校园里，师生之间逐渐丧失了课业外的沟通交流和互动接触，也不是老师们不想，只是心有余而力不足。师生之

间如此，与家长间更不用提，更甚至，有的家长与孩子间还不如老师接触得多。接触多了自然亲近，孩子们的信任，很大一部分来自于亲近。愿意亲近学生的老师怎会不好？好老师是学生们的后盾。

网友们为东方老师点赞之余，也在呼吁从制度建设层面给防范校园霸凌再添一重保护。有人说需要一部专门的《反校园暴力法》，专门立法以利精细治理。这一点确实必要，因为当前有关校园霸凌和未成年犯罪的相关规定，散见于多部法律规章，若能加以梳理、集中，会有更强、更具针对性的法律效力。此外，面对已经出现的校园霸凌和未成年犯罪之种种，说啥的都有，其中不乏情绪化表达。可以理解，但不能继续——非理性争议无法将防范和治理校园欺凌、暴力全面纳入法治轨道，只能分散治理精力。

防范、遏制校园霸凌，需要家长、学校和全社会的共同努力，缺一不可。希望有一天，孩子们在哪儿都能听到有人对他说：“有我在，不要怕！”

减少校园霸凌要做的还很多

吴戈

近日，成都市教育局发布了一项重要政策，针对校园霸凌行为采取了严厉措施。根据新规定，涉及校园霸凌的学生将在中考中最后投档。这一举措引发了社会各界的广泛关注和热议。面对校园霸凌，我们需要做的就是以更严厉的处罚，让霸凌者不敢伸手。

诚然，让校园霸凌者在中考中最后投档，是在一定程度上剥夺了一些人享受教育的公平性，但想要更宏观层面的公平，杜绝一些恶性的事件发生，就需要通过严惩的方式，让霸凌者有所畏惧。改变投档顺序，只是众多威慑霸凌者的一种方法，面对校园霸凌，我们需要做的还很多，尤其是如何及时发现校园霸凌，并有效制止。

校园霸凌总是隐秘在角落，很难发现，暴露在公共视野下的霸凌事件可能只是冰山一角。同时，

在校园霸凌中，还有那些“软”霸凌，同学之间的戏弄、孤立和针对，也应该被大家注意。

而在这其中，最关键的就是被霸凌者，他们可能会因为多方面原因不敢反对，或反对无效。这会让他们更加猖狂，长此以往，很多被霸凌者只能忍气吞声，甚至有的孩子在老师家长询问时，也不会说出来自己被欺负了。

因此，斩断校园霸凌，不仅需要事后严惩施暴者，更需要社会和学校为孩子树立起正确面对校园霸凌的价值观，将警示与关心渗透到日常教育之中，让孩子能够认识到对他人施加暴力的严重后果，教育孩子不做施暴者，也不做冷漠的旁观者。

防治校园霸凌，是学校、老师、家长、社会需共同面临的课题，多方应各司其职，对校园暴力零容忍，才能最大程度上减少校园霸凌。

枸杞加咖啡 多试试总没错

周志翔

把枸杞等土特产与咖啡融为一体，宁夏咖啡馆将本土特产玩出新花样，为消费者提供舌尖上的新体验，并斩获了来自全国各地消费者的好评。美团数据显示，今年春节以来，“枸杞咖啡”“沙棘拿铁”等相关关键词搜索量同比分别上涨317.9%、1120%。

跨界融合本身就是一种创新尝试，本地食品企业此前有过尝试。现在宁夏咖啡馆推出“枸杞咖啡”，将传统中药材枸杞与现代饮品咖啡相结合，打破了传统的饮品界限，为消费者带来了全新的味觉体验。这种创新不仅丰富了饮品市场的多样性，也展示了中华文化在传承中的包容与创新精神。

枸杞作为一种中药材，具有滋补肝肾、明目润燥等多种功效，也是宁夏的特产。提神醒脑是咖啡的标签，已经成为不少上班族的每日必备饮品。将二者结合，使得饮品在口感与功效上达到双重提升，这种健康理念的融合符合现代人对健康生活的追求，有助于这款跨界产品走俏。

跨界融合为饮品市场带来了新的增长点。去年的“酱香拿铁”爆火，让咖啡与白酒生产企业出圈，成为饮品跨界融合的范例。枸杞咖啡作为一种新颖、健康的饮品，已经在咖啡爱好者里引发了好奇。这种创新也为饮品产业的升级提供了动力，如何将小众的产品做大，吸引更多消费者的关注与喜爱，从而推动市场的拓展，则需要更多环节的参与。

咖啡有多少种搭配，应该如何喝没有固定范式，而这也给商家留下了足够的创新空间。近日，教育部发布2024年普通高等学校本科专业目录，新增24种本科专业。云南农业大学开设的全国首个全日制咖啡本科专业“咖啡科学与工程”也在其中，既展现出了强烈的创新意识和地域特色，也为产业发展培养人才打下基础。

作为商家来说，跨界融合能够带来新的话题和关注度，提升品牌的知名度和影响力。而这背后是积极尝试的结果，在细分领域里挖掘市场，吸引更多消费群体，增强消费者对品牌的认知和忠诚度，这也能为饮品市场的未来发展注入新的活力。

我也来谈

与其坐等“泼天富贵” 不如主动“修炼内功”

孙瑞亭

天水麻辣烫的突然火爆，让网友都在猜测新一轮“泼天富贵”会砸在谁的头上，相信不少城市也在暗暗期盼、蠢蠢欲动等待这一天的到来。“梦想还是要有的，万一实现了呢？”期盼可以有，但万不可守株待兔，坐等苹果落头、馅饼砸脸，不妨主动“修炼内功”、打出真功夫，优化资源、补齐短板、提升品质、深挖底蕴，让“流量”的到来水到渠成、自然而然。

从山东淄博的烧烤到甘肃天水的麻辣烫，东西两地的不同城市却同样以富有地域特色的美食，吸引着一拨又一拨的外地游客，原因几何？最直接的原因还在于旅游决策的考量因素出现变化，一些并非传统却极具地方特色的元素成为“来一场说走就走的旅游”的触发点。以往我们决定去哪旅游，考量更多的是目的地的人文、自然景区景点，名山大川、江河湖海、大漠戈壁、古建遗迹等是主要动因。如今，随着社交平台的广泛应用，更多细微之处的体验感分享，让游客在对“诗与远方”的选择上更注重生活、烟火气，而摒弃那些日益泛华的旅游吸引物。

另一方面，更深层次的原因则是旅游需求多元化与旅游审美生活化的发展趋向。“上车睡觉，下车尿尿，到了景点拍一拍、买一买。”“抬头尽是屁股，低头全是腿脚。”这些段子生动地概括了传统旅游模式下体验感的不佳状况，这也是为什么越来越多的人会更愿意选择地域特色鲜明浓烈、文化属性本真浓厚、能够真实呈现日常生活的区域作为旅游休闲目的地，尤其是旅游休闲过程中的体验感、融入感和畅快感更为被看重。正因为如此，原本一些传统旅游资源并不突出的地区突然被发现，也就猛然间火爆起来，从而在短时期内跻身热门旅游目的地行列。

那么问题来了，面对新变化、新局面，我们该有什么样的作为，是等还是引？显然是后者。以天水为例，尽管并不是传统旅游强市，但天水的旅游资源其实颇为丰富，有文化底蕴的景区景点并不少。“逛下来会发现天水是很有历史韵味的一座城市”，这就是很多游客的真实感受。可见，无论是因烧烤火爆的淄博，还是因“宠客”出圈的哈尔滨，抑或是因“跳水大爷”出位的天

津，热搜疯狂打榜、话题密集制造只是推广城市的表面操作，背后的爆红逻辑其实是自身“内功”的持续修炼，即考虑如何锁定热度实现“长红”。最直观的表现就是城市管理的人性化、精细化、服务化，旅游产业发展的多元化、规范化和融合化。

说白了，网红效应是把“双刃剑”，火的时候恨不得红出“天际”，但被流量抛弃的时候确实一瞬间的事，有的甚至会被流量所反噬。究其原因，还在于网红效应的生命力在减弱，更替频率在加快，大众的感知度也在麻木和疲惫，同时还有城市“内功”修炼、积淀的缺失，没有真功夫、厚底子，表面功夫做得再足、再花哨，一旦深度体验感不足，供给力、承载力就会露马脚。“旅游需要网红，但网红绝不是旅游的全部。”面对热度与流量，职能部门要冷静、理性，但不能缺乏温度、热量和感知度，要耐心从容地主动“修炼内功”、打出真功夫，发挥本土文化、资源特色，下功夫做好具有区域特色的旅游产品，从而让游客不虚此行、流连忘返。