



乡村游要各显其美

周志翔

春回大地,万物复苏。广大乡村已成为人们近郊休闲游玩的首选之地,各地发展的产业有别,景色各异,呈现出不同的乡村画卷,二者正是吸引人们下乡的基础和特色所在,设计活动,举办赛事等要各显其能,做出差异化,才有更多亮点。

“从3月18日开园至今,已经销售了10余万元了!”谈起今春的收入,宁夏红樱荟萃农业发展有限公司的总经理夏娟喜上眉梢。今年夏娟种植有4栋樱桃大棚,通过采摘、团购配送等方式,已销售了1000余公斤樱桃。

“樱桃好吃树难栽。”但是随着设施樱桃种植技术的成熟,到大棚吃樱桃在银川已不是难事。目前,银川市设施樱桃集中种植面积已超1000亩,年产值接近0.5亿元,从引种、管理到销售逐步实现规范化,已发展成为融合乡村旅游的特色产业,在促进农业产业结构转型和乡村振兴方面发挥了积极作用。

樱桃是新晋“明星”,红梅杏却是“老熟人”。眼下,西夏区贺兰山西路街道同阳新村里的2000多棵红梅杏树已进入盛花期。4月8日,贺兰山

西路街道以花为媒,举行了同阳新村第二届杏花文化旅游节暨乡村美食节活动。活动包括杏花打卡、文艺汇演、乡村美食等多个环节,是一场集文化、艺术、美食、娱乐于一体的综合性盛会。当天,共吸引了600多名游客前来游玩。

位于贺兰县金贵镇雄英村的特色采摘园,节日期间大棚内人头攒动,游客们手提竹篮边尝边摘。据负责人常宏伟介绍,棚内种植的“铁皮西红柿”因其酸甜多汁、绿色健康的特点备受青睐,还有无花果也是广受

好评,清明节日均接待量突破200人次,较去年同期增长近60%。

采摘、赏花是乡村游的初始业态。花开有时,更要抓住仅有的窗口期,让人们充分领略繁花锦簇的盛景,围绕花做足文章,吸引游客边赏花边采摘,边游玩边消费。清明节假期拉开了乡村游序幕,如何在后续的节日、周末里营造更浓厚的乡村游氛围,调动人们下乡的积极性,既需要政策的有效引导,也要经营者开动脑筋,不断推陈出新,迭代更新游玩项目,有新意才会有生意。

网言网语

“宠物坐高铁”提供的不只是一张托运票

新闻背景

4月10日,记者见证了上海市民海女士与小猫咪从上海去往南京的全程。据报道,宠物托运手续十多分钟就能办妥;宠物运输箱可显示温湿度、空气含氧量,有专门加水槽,内设新风系统,内置摄像头实

时监控;宠物箱独立存放在高铁快运柜,放置完毕后需要进行消杀处理;工作人员两个小时一次巡视并给加水……

相较此前“毛孩子”终于可以坐高铁的欢呼,此番媒体报道了更多实操细节,

极具画面感。这也意味着,宠物坐高铁不只停留在人道化的呼吁上,而是已经成为鲜活的现实。尽管目前仍处于试点阶段,但打开的门不会关上,接下来,各项服务会更完善、更优化,也更有针对性。

网言网语

网友@辛苦的打工人:这些服务的背后,离不开科技的加持,比如专门研发的宠物运输箱,它不是一个简单的笼子,而是一间智慧的宠物房间。

网友@一棵坚韧的小草:时代在进步,思想也在变化,作为当下民众出行的主要交通工具,高铁不能无视1.2亿只宠物猫狗的存在,也确实不能无视众多宠

物主人希望带“毛孩子”出行的诉求。

网友@有话好好说:希望随着试点推行和逐步优化,高铁能够搭载的宠物数量和覆盖的线路范围会更多、更丰富。

新闻背景

“已读”功能之争 社交的边界在哪里,温度又在哪里?

近日,社交软件上的消息“已读显示”功能引发热议,网友们也是各抒己见,争论不休。对此,腾讯公司公关总监明确回应,“已读”功能会增加信息接受者的心理负担和社交压力,微信始终不会提

供这个功能,以后也不会。此言一出,不仅立即冲上热搜,更揭开了数字化社交时代的深层焦虑:当技术无限逼近人性时,我们又该如何守护最后的情感缓冲带。



网友们也是各抒己见

网页截图

网言网语

网友@塑料姐妹:支持微信不做“已读”!生活已经够累了,聊天本就是放松,要是“已读”,回慢了都怕被误会。工作里被任务“追杀”,生活中还得时刻紧盯消息回复,真的会崩溃。社交就该自在些,不是吗?

网友@lingorm:微信

拒绝“已读”,真的是对用户心理的深度洞察。“已读”看似能让沟通透明,实则是给社交加了把“枷锁”。职场上,领导看到“已读不回”可能大发雷霆;感情里,情侣间“已读不回”也会引发争吵。微信守住了社交最后的轻松氛围,点赞!

网友@吃喝玩乐都不会:虽然理解有人觉得“已读”能提高效率,但对大部分人来说,它带来的压力远大于便利。社交软件应该服务于情感交流,而不是制造焦虑。希望其他社交平台也能学学微信,别盲目跟风加“已读”功能,让大家自由畅快地聊天。

嘴上鼓吹「神奇功效」 心里布着消费陷阱

新闻背景

电商平台上仅售200元一箱的牛奶,被绵阳“正沃大荒岁月”门店以6000元一箱的价格推荐给中老年人。据报道,近日,有关门店通过讲座诱骗老年人购买高价产品、涉嫌虚假宣传被市民举报。目前,四川绵阳市场监督管理局的执法人员已对部分讲座内容进行录音取证,初步认定该公司涉嫌虚假宣传,根据现场检查情况,决定对其立案调查。

网言网语

网友@我是小豆包:打着健康讲座的幌子,干着坑蒙拐骗的勾当,这些不良商家真是太可恶了!利用老年人关注健康、信息差的弱点,把普通牛奶吹成“神药”,30倍的差价,这是把老人的养老钱当成唐僧肉随意宰割。希望相关部门加大处罚力度,绝不能让这些骗子逍遥法外!

网友@你是疯子我是傻:老年人辛苦了一辈子,攒点钱不容易,却总成为不法商家的“围猎”对象。从“神酒”到“神奶”,套路如出一辙,先是小恩小惠拉近关系,再用花言巧语洗脑。除了监管部门发力,子女也该多关心老人,多给他们科普防骗知识,别让骗子有可乘之机。

网友@遇事要冷静:这些“坑老”事件,也暴露出监管存在滞后性。能不能提前预防,比如针对老年人的营销活动进行严格审批和监管,让骗子没有机会设陷阱?同时,社区也可以多组织防骗宣传活动,增强老年人的防范意识,别等出了事才来补救。

文字由李林惠整理