

声音

从看家护院到家庭成员,宠物角色转变的背后,是中国人生活方式与价值观念的深刻变革。这个看似小众的专业方向,恰如观察中国社会发展的一个显微镜,让我们清晰看见消费升级、人口结构变化、情感需求多元化等时代特征。在这样的背景下,宠物本科专业的出现不仅合理,而且必要——它既是高校对市场需求的回应,更是人才培养供给侧结构性改革的生动实践。

——羊城晚报:《全国首个“宠物”本科专业值得期待》

从情绪价值到身份认同,非遗正在重塑年轻一代的文化认同。这种认同不再停留在教科书式的认知层面,而是转化为“穿在身上的宋锦纹样”“拿在手里的漆器茶盏”“吃进嘴里的非遗糕点”——当传统文化以可触摸、可消费的方式融入日常,年轻人对非遗的热爱便不再是单向的仰望,而是双向的文化对话。越来越多的人愿意购买带有文化意义的商品,年轻人穿扎染、用土布,不仅仅是因为它们漂亮,而是因为它们代表了一种文化自信和生活态度。

——红网:《这届年轻人为何爱上“老祖宗严选”?》

微话题

【本期话题】

养老机器人来了

陪老人聊天、下棋,推拿、艾灸,辅助康复……“养老机器人”等智慧养老产品陆续走进养老院和老年人的生活,提高了养老服务的品质和老年人的幸福指数。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎黄岩 近年来出现的养老机器人主要包括移动辅助、卫生保洁、行动助力、安防保护、洗澡清洁、健康体检等多项功能,相信升级后更能大显身手。

◎王红峰 养老机器人虽好,并不能取代子女“常回家看看”。

◎台州人《感动千万人的漫画》中写道:“请你紧紧握住他们的手,陪他们慢慢地走……”唯愿你我牢记父母之恩泽,常常行走在回家的路上,加之养老机器人的服务,方能让父母安度晚年。

本期话题下期继续

中药茶饮的走红 正开启养生新模式

□刘曦

最近,南通四院门诊楼的咖啡馆广受追捧。这间开在医院图书馆旁的特色咖啡馆推出了4款融合中药食材的新中式咖啡,重新定义医疗空间的人文温度。

(6月23日本报2版)

在当下这个快节奏的社会,咖啡、奶茶等饮品已经成为许多年轻人日常生活中的“刚需标配”。但当这些“西式饮品”与中药结合,能否碰撞出不一样的火花?从“人参枸杞拿铁”到“茯苓银耳奶盖”,中药食品似乎成了年轻一代的养生新潮流。中药跨界到食品餐饮行业,一种新的养生赛道也正悄然兴起。

中药茶饮的走红看似突然,却有其合理性。中医

文化正以一种年轻化、场景化的方式重新“出圈”。这一代年轻人不再盲目崇洋,反而愿意主动探索东方智慧。在他们眼中,中医不仅仅是治病,更是理解身体、敬畏自然的生活哲学。中医药的根在民间,生活化是中医药发展与壮大的基础。中药饮品得以走红,得益于其自身安全健康的特性,添加剂更少,配料更干净,且医院本身的存在就是一种“信誉担保”,让消费者更安心、更放心。它用实实在在的材料、简简单单的制作方式,走出了自己的特色道路。而面对年轻人群不断变化的养生诉求,中医老字号、研发机构和企业能否积极应对,推陈出新?在做好产品创新的同时,又如何

验证自身产品的养生功效,摆脱“智商税”的标签?回答好这些问题,才能有更多像中药咖啡这样受欢迎的产品出现。

当然,养生也不能全盘寄托于一杯“中药咖啡”。就像中药饮品未必适合所有人体质,适合自己的才是正确的养生方式。小小一杯中药咖啡既可养生,又能培养人们对优秀中医药文化的自信与认同。期待更多年轻人继“关注养生”之后,真正做到强身心、改陋习、健体魄。

濠南夜话

回归用户思维管好机械车位

□孙维国

机械车位原本是为缓解“停车难”,结果却成“空架子”。有市民发现,一些居民小区、商业综合体配套建设的大量机械车位如今成了摆设。对此,17日,本报记者展开一番实地调查。

(6月20日本报4版)

一个好设施不仅要看建设质量,更要看使用效益。让机械车位摆脱“叫好不叫座”,必须回归“用户思维”,在技术适配、管理模式、服务体验等多个环节发力。

设计要“跟上时代”。许多机械车位仍按老旧标准建

造,难以承载如今日益加长的主流车型,尤其是新能源SUV的快速增长,使车位“物理不兼容”问题愈加突出。更新设计标准、预留更大空间,是技术适配的基本功。

体验要“以人为本”。机械车位常因操作复杂、排队等待、引导不足等问题让人“望位却步”。在智能化时代,借助自动泊车、语音导航、手机App操控等手段,完全可以降低使用门槛。

管理要“专业高效”。设施维护缺位、责任划分不清、物业“接而不用”,是使用率低的重要诱因。建议

推动专业停车公司或第三方平台介入运营,实现统一管理、标准化维护,并结合动态数据优化调度。

政策要“精准引导”。对于已建成但利用率不高的机械车位,可通过政府补贴、试用奖励、车主积分等方式激励使用;新建项目中,应纳入可操作性强的运营机制设计,杜绝“建了就交”的一次性思维。另外,针对很多市民尤其是老年人和新手司机因担心操作复杂或刚蹭风险而“主动放弃”的现象,细致的引导和服务也至关重要。

以“土味”密码激活乡村旅游

□刘根生

21日上午,随着如皋市平园池村村口一支欢快的《荷花盘子舞》,“欢享江海·乐游通城”2025年南通乡村旅游促消费暨“夏至如皋·荷你有约”趣游乡村活动拉开帷幕。

(6月22日本报3版)

在城市化进程不断加速的今天,乡村旅游以其独特的魅力吸引着游客纷至沓来。然而,在一些地方,同质化和城市化的倾向正在不断消解着乡村旅游的核心竞争力。在这种情况下,南通乡村旅游要真正实现可持续发展,就必须回归

本源,注重乡村特色,尤其是要在“土味”二字上做足文章。

现代人向往乡村,从很大程度上说,是向往小桥流水、炊烟蛙鸣那种未经雕琢的纯天然生态美。面对这种需求,发展乡村旅游在规划设计上应当学会“留白”,保留那些看似杂乱却充满生机的田间地头,保护那些未经修饰却韵味悠长的山水画卷,让游客能够触摸到土地最真实的肌理。

在食品安全问题越来越引起重视的当下,乡村最吸引人的莫过于那些直接从土地到餐桌的无污染食

材。鉴于此,要想让乡村旅游既能吸引回头客又能留住回头客,就应当立足于当地物产,尊重时令规律,用最简单的烹饪方式凸显食材本味,让游客可以品尝到地道的乡村美食。

乡村旅游的核心竞争力不在于能提供豪华的设施,而在于能提供独特的体验。这种独特性就蕴藏在乡村的“土味”之中——那种与土地紧密相连的生活方式,那种与自然和谐共处的生存智慧。当游客能够在乡村找到心灵的栖息地,乡村旅游才会拥有深层价值。

观点
1+1

墙绘文化

近日,如皋市如城街道秀水社区,志愿者正在创作“苏超”南通队队徽“南通狼”卡通主题墙绘。“墙绘打卡热”在通城兴起,经墙绘点缀后的村居、校舍、公园、广场等公共空间在城乡建设中面目一新。

(6月23日本报1版)

精雕细琢打造精品

□知新

卡通主题墙绘成为网红打卡点,让老百姓感受到艺术的魅力和情感的共鸣,切实增强了公众对文化的认同感和自豪感。

一墙彰显一文化,一墙绘就一风景!墙绘的题材十分广泛,一方面要彰显地域特色,既结合历史文化、红色文化,又围绕民俗文化、风土人情,充分展现文化的独特魅力。另一方面要彰显时代特征,紧扣社会热点和群众关注点,融入平安法治、诚信建设、和美家庭、时代楷模等元素,以生动的角色形象、深刻的主题内涵,传播真善美,传递正能量。

我们常说:高手在民间。政府职能部门要积极整合各类文化资源、壮大文化力量,除了开展专业院校与村(社区)、单位结对共建,还要组织画家、书画爱好者、文化志愿者等,扛起用艺术服务人民的使命,通过开展墙绘作品征集、书画进村等活动,把墙面当成画布,用画笔描绘美好生活,为城市增添五彩斑斓。

精美墙绘亮丽风景

□刘予涵

墙壁原本是冰冷单调的,一旦穿上绚烂的外衣,就摇身一变,成为一道亮丽的风景,彰显出城市的活力和特色,这便是墙绘的独特艺术魅力和社会价值。

近年来,随着城市文化的不断发展,墙绘艺术作为一种新兴的城市美化方式逐渐走进人们的视野。墙绘集教育性、知识性、观赏性于一体,是美化街区、传播文化的重要载体,传递着城市的文化内涵和精神价值。

由此可见,墙绘的意义和作用不言而喻。一块块图文并茂、通俗易懂的墙绘不仅为城市带来了独特的人文气息,也给广大市民增加了一个感受文化气息的好去处,让广大市民在不知不觉中受到道德文明的教育。期待更多有价值、有特色的墙绘走进城市市场,把一幅幅墙绘所倡导的价值观念内化为广大市民的行动自觉,让文明新风的馨香充满城市的每个角落。