评论区

流量密码不止如此

□ 朱子钰

即将到来的五一假期，山东又成了新“顶流”。据美团App数据，山东省五一假期的住宿预订量较2019年增长400%，全国住宿预订热门的前二十个城市中，青岛、威海、济南、烟台等山东城市占了四席。近期凭借烧烤频频出圈的淄博，五一假期住宿预订量较2019年上涨800%，增幅居山东第一。在大众点评上，“淄博烧烤”近一周的搜索量同比上涨700%，笔记数上涨1400%。

今年以来，山东元素持续在社交平台上爆火，网红频出，济南超然楼、淄博烧烤、泰山、威海，甚至是曹县……一时之间，山东“师出有名”，撬动亿万流量，吸引了全国乃至世界的目光。“好客山东”的品牌深入人心，省内各城市的闪光点也被游客发掘放大——有人不远千里坐飞机到淄博只为“小饼烤炉加蘸料，灵魂烧烤三件套”；每晚上千游客蹲守在超然楼广场拍照，场面堪比演唱会；来自五湖四海的“大学生特种兵”极限夜爬泰山……

憨厚的山东终于掌握了流量密码，而在很多人看来这次的爆红似乎在情理之中。正如央视评论，哪有什么一夜成名，更多是厚积薄发。山东是文化大省，历史资源丰富，底蕴深厚，特色文化突出，文化“两创”的成果十分丰硕。可以说，山东元素具有极高的辨识度和文化经济价值，是爆火的基石。超然楼是享誉700多年的“江北第一楼”，它的亮灯不仅视觉效果动人，背后闪现的更是久久为功的城市文化探索。山东烧烤已有2000多年历史，淄博烧烤是山东烧烤三大门派之一，独创的“小烤炉”颠覆了烧烤的形式。泰山更不必多说，它是“五岳之首”，中华民族的精神之山。互联网时代，山东优秀的传统文化找到了新的“打开方式”，将文化资源优势转化为流量密码，形成了产业优势、竞争优势和发展优势。

从数据看，山东这次出圈抓住了机遇，避免了昙花一现的网红现象。以淄博烧烤为例，微信指数显示，目前，2023年淄博烧烤出现了3次呈增长态势的数据异动，分别是2月9日，3月4日和3月5日，其中3月5日的指数为1717746，整体指数值日环比达到了229545.19%。一个月过去后，4月13日，淄博烧烤的微信指数再次创下了26407953的新高。由此可见，淄博烧烤已经成为当之无愧的现象级城市IP，完成了从爆红到长红的转变。

当然，长红背后也少不了各地政府抓住机遇，凭借闪电般的反应速度，顺势而为，将流量变为留量，把“出圈”的工作做足了。最典型的，淄博烧烤爆火之后，当地迅速回执“烧烤地图”，开通“淄博烧烤专列”，组织烧烤节。不仅将烧烤打造成一块金字招牌，还为当地招才引智带来新的契机——淄博喊话清北在校生，“五一出游淄博，吃住玩均由政府出资”，同时推介人才金政50条、技能兴淄26条等人才政策。此外，山东省推出的399元旅游专列，将省内旅游景区串点成线，不断完善旅游服务。而当纷至沓来的游客，深度领略齐鲁文化的风采后，肯定会发现，山东的流量密码远不止如此。

所谓喜欢，莫变他人负担

□ 卢昱

4月6日晚，乒乓球运动员樊振东发文称，一女子通过多日跟踪确定了他入住的酒店房间号，并通过酒店前台获取房卡，在他外出期间多次进入其房间，目前已报警处理。

从最初崇拜日月，到灵石崇拜，人类的崇拜行为自古就有，追星行为本身没有错。对粉丝来说，追星是他们自我满足、成长，甚至自我疗愈的一种途径。每个时代的少男、少女都有自己的偶像，以及背后一系列独特的偶像崇拜方式，是内在成长的重要组成部分。

可放眼整个偶像市场，粉丝经济愈演愈烈，各路利益链横空出世，衍生出了很多闻所未闻的概念性职业，诸如水军、控评党、职业粉、职业黑粉等。而随着饭圈文化从娱乐、体育跨界到直播、游戏，其主体越来越低龄化，各种乱象层出不穷。明明有现场比赛、演唱会、见面会等正常渠道与偶像进行交流，为何偏要走极端呢？

以樊振东事件来说，疯狂的粉丝为何能轻松进入其房间，又为何能掌握樊振东的行程，这背后有没有灰色产业链的踪迹？如果按饭圈逻辑，粉丝获取明星行程主要有两种渠道：一是明星团队向粉丝放出偶像行程“官方消息”，以鼓励其追捧行为；再就是在流量明星和自媒体平台的双重带动下，明星的诸多行程信息被当作资源来售卖。在“饭圈”中，这种信息交易已尽人皆知，却难以制止。

在追星的链条上，有一批人就地掘金，滋生出各种“代经济”，有专门拍明星卖照片的“站姐”，以及一边“怼”着明星脸拍摄一边与网友互动的直播平台主播。如果这些从“代经济”中尝到甜头的人能控制其行为，不妨碍公共秩序，那是“一个愿打一个愿挨”，可按商业逻辑来解释。可原本粉丝小范围的自娱自乐，短时间内成了圈外人眼中的低成本引流渠道，那便是推波助澜，让追星的通道更为臃肿。

像樊振东这样遇到不法行为积极斗争的，算得上人间清醒，值得鼓励。很多明星及其背后的团队有能力对粉丝行为进行引导，只是有人选择了暧昧。偶像们爱慕虚荣的冰山一角下面，是更多的利益：名牌限量款水杯、动辄上万元的钢笔、化妆品、包包、大衣等，偶像对粉丝送出的这些礼物喜笑颜开，甚至调侃礼物挑选不称心意；各类代言、联名款商品，有许多被圈外人贴上“价格虚高、质量偏次”的标签。这类明星将戒尺抛之脑后，不能清醒地认识到自己在社会中扮演的公众角色，对自己甚至没有法律底线要求，岂能值得追逐？

破解饭圈困局、矫正畸形追星，需要对狂热的粉丝们晓以利害，让他们在个人喜好和公共利益的权衡中作出理性选择。毕竟，不要让所谓的喜欢变成他人的负担。还要从外部进行全链条式的监管，如对出卖明星个人信息行业的规范和引导，对部分粉丝的越界行为予以严厉打击。当然，根源还在对年轻人现代文明观念的引导。每个个体都不是孤岛，无论是偶像自己，还是粉丝，谁也不可无限制任性。

搭子社交不是情感降级

□ 李梦馨

最近，一种新型社交关系“搭子社交”火了。吃饭时有口味一致的饭搭子，独自旅游想找伴儿的时候有旅游搭子，打游戏有游戏搭子，搭子的种类可以详细到咖啡搭子、奶茶搭子、厕所搭子、摸鱼搭子、午睡搭子……正如网友总结，“搭子，主打一个细分领域的精准陪伴。”据描述，搭子的亲密程度浅于朋友、重于一般的同事或同学，彼此抱着相同的需求而来，在满足需求后迅速退回各自的生活，互不打扰。担忧随之而来，有人认为这是一种“快餐式友谊”，是亲密关系的降级，反映出现代人情感能力的降级。

这种担忧不无道理。作为一种社会性动物，即便在个人主义盛行的今天，人也很难彻底摆脱社交需求。但维系一段亲密关系的成本在快节奏的现代社会毫无疑问被相对抬高，经营亲密关系变得更加困难。搭子社交把具体的需求分发给不同的人，只在需求相同、目标一致时行动，省去了一些伴随交往深入必然而来的矛盾和摩擦。双方只为相同的兴趣爱好、目标诉求而来，即便没有共同话题也无妨，在交往时恪守着边界感，在完成一件事后便及时离开，个人无需付出太多时间和精力成本。搭子社交是一种不需要特意维系的实用性友谊，被理解成现行环境下一种最佳的亲密关系解决方案。

各取所需的搭子社交似乎百利无一弊，但实际上，搭子社交中，双方恪守的边界感并没有那么分明。尽管搭子是应垂直需求而生，但成为搭子，意味着至少彼此在某一方面是合拍的，譬如旅游搭子，必须要满足对旅游目的地的取向一致、消费观念一致、计划安排一致，还要应对旅行中的突发状况，对搭子的考验并不亚于对一般友谊的考验。有网友分享自己的经历，称自己的饭搭子辞职后，就像天塌了一样，“失去搭子比失恋还痛苦”；也有网友这样形容搭子的重要性，“可以没有爱情，但是不能没有搭子”。足以说明搭子关系并不像想象中那样交浅，可以轻轻松松、不拖泥带水退出。能玩在一起，说明也有性格契合的成分，自然有进一步转化成更深层次友谊关系的可能。

搭子社交和亲密关系不仅可以并行不悖，甚至可以相互转化。我们不能将其简单地理解成亲密关系的降级，而应看到搭子社交中的更多可能，搭子实际上是随着个人兴趣的发展而自然派生出的一种人际关系形式，是友谊关系在现代社会的一种变体，它能帮助我们建立一种健康的情感关系，驱散孤独时刻，享受一段愉快的陪伴时光。

一碗素面大有乾坤

□ 王臻儒

继寺院手串、寺院拍照之后，另一项与寺院有关的活动——吃素面火了。杭州灵隐寺、上海龙华寺，不少寺院的素面被写入旅行攻略，引发社会关注。许多寺院的素面馆已经出现供不应求的情况，但即使缩短营业时间，也影响不了纷至沓来的香客摇身变“餐客”，从清晨就排起长队。如此的热情不禁让人好奇，素面的魅力究竟在哪？

围绕“素面到底值不值得一吃”，出现了多种观点。有人感到奇怪，素面普通的用料和朴实的香气，实在难与俗世中五花八门的网红小吃媲美，但素面爱好者显然不认同这样的观点，在他们看来，素面就是平凡生活的灵魂美味，很多人甚至实现了“素面自由”，每逢闲余之时便会去城中的寺院吃一碗素面，再上一炷香。

寺院素面之所以迅速走红，一是靠“实在”。素面均价大多在十元到二十元之间，普罗大众都能吃得起，吃得舒服。价格实惠、用料厚道，这就是寺院素面最大的魅力。对比寺院外网红美食铺天盖地的营销，素面反而以简单实惠打出了名气。

素面的另外一大亮点是“文化”。游客千里迢迢赶来品尝素面，品尝的是一种寺院文化。“观音”“罗汉”，一个个名字背后，是简单食材溢出的禅意美味。人们日常吃的素鸡素鸭，都源于“寺院菜”这一流派，仅仅依靠豆皮面筋、蔬菜瓜果，就能让人“无肉也欢”。有些寺院开在山上，食客要“翻山越岭”，才能吃到热气腾腾的美味，个中禅意也融入了一碗素面中，让人回味无穷。

最近几年，寺院频频走红出圈，引发人们关注的同时，也让一些人担心，蜂拥而至的游客是否会破坏寺院独有的清静。从一碗素面的走红过程来看，不仅不必为“寺院游”的长红提心吊胆，而且可以从一次又一次的出圈中，找到更多景点所能借鉴学习的经验之举。

素面走红，带动“寺院游”又一次出圈，说到底还是寺院越来越“接地气”了。联想到近日在年轻人当中流行的“求佛潮”，二者背后的文化现象有着相似之处。以苏州西园寺为例，五块钱的门票，附赠三炷香，逛寺院变得和逛公园一样便宜、好玩。与公园不同的是，面对人生遇到的困惑与挑战时，人们可以在寺院求得一丝安宁，然后在氤氲的“香”气中，吃一碗朴实无华的素面。

不论是吃素面，还是请御守，说到底都只是寺院的延伸价值，一座寺院能够红火到几时，还要看它能否保持淡泊的初心。一些寺院缺乏管理，受到物质诱惑的侵蚀，急功近利，败光了游客的好感，赶走了爱吃、爱玩的客人，自然无法成为“网红素面”生根发芽的土壤。

中国体育彩票 CHINA SPORTS LOTTERY 公益体彩 乐善人生

山东体坛一周回眸

全国跆拳道锦标系列赛 山东队获6金

□记者 于晓波 通讯员 宋莹 赵浩健 报道

本报讯 近日，2023年全国跆拳道锦标系列赛（第一站）在江苏无锡收官。作为本年度首个开赛的全国跆拳道A类赛事，共有来自全国37支代表队的650名运动员参赛，山东队在本站比赛中共收获6金2铜，金牌数、奖牌数和总积分均位居全国第一。

全国皮划艇激流回旋春冠赛 山东队获2金

□记者 于晓波 通讯员 李洁 王磊 报道

本报讯 近日，2023年全国皮划艇激流回旋春季冠军赛在杭州富阳水上运动中心落下帷幕。山东激流队朱博文获得U19男子单人划艇第一名、许嘉琪获得U19女子单人划艇第一名、刘天昌获得U19男子单人皮艇第三名。

全国体操冠军赛 葛士豪获自由体操金牌

□记者 于晓波 通讯员 尹榕清 报道

本报讯 4月14日，2022年全国体操冠军赛在四川成都决出了男子自由体操单项冠军。我省体操运动员葛士豪在决赛中以14.733分夺得第一名。这是葛士豪继2016年全国体操冠军赛之后，时隔6年再次夺得自由操冠军。

大学生武术套路、散打锦标赛 山东队收获6金7银5铜

□记者 于晓波 通讯员 李洁 单传振 林佐禹 报道

本报讯 近日，受疫情影响延期举行的2022年中国大学生武术套路、散打锦标赛陆续结束比赛。本次比赛共有来自全国67所高校77支代表队参赛，省武术院共派出14名运动员参赛，经过激烈角逐共斩获6金7银5铜。

国际象棋世界冠军分区赛(中国区) 山东黄仁杰夺冠

□记者 于晓波 通讯员 吴书行 报道

本报讯 近日，2023年国际象棋世界冠军分区赛(中国区)在深圳落下帷幕。山东队员黄仁杰继2019年之后再次获得本项赛事冠军。

中国运动休闲大会 即将在日照开幕

□记者 于晓波 通讯员 金康 报道

本报讯 近日，日照2023中国运动休闲大会暨中国·日照体育旅游季新闻发布会在北京召开。本次大会将于4月23日至26日在日照市举行，由近50项赛事和活动组成，主题是“新体旅、新消费、新动能”，旨在融合各方力量和智慧，探索体育旅游产业发展新模式。

中国·济南国际山地持杖徒步大会激情启幕

□记者 于晓波 报道

本报济南4月16日讯 今天上午8时30分，“2022中国·济南第六届国际山地持杖徒步大会”在济南英雄山风景区激情开走。据组委会介绍，“2022中国·济南第六届国际山地持杖徒步大会”是后疫情时期组织的大型体育赛事活动之一，本届大会由山东省体育总会、济南市体育局、济南市体育总会主办，济南市群众体育事业发展中心、山东奥鼎体育文化传播有限公司承办。

山东省大学生网球锦标赛 济南开赛

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 报道

本报讯 近日，2023年山东省大学生网球锦标赛在济南市全民健身中心网球场开赛。来自全省30多所高校的290多名大学生运动员展开激烈角逐。

淄博“体育进商场” 提振消费市场

□记者 于晓波 通讯员 李珊珊 报道

本报讯 近日，淄博市“体育进商场”活动正式启动。“泱泱齐风 起舞未来”青少年舞蹈大赛同时火热开赛，近三百名青少年选手以及近千名选手家长的到来，有效地拉动了商场人气和消费。“体育进商场”是由淄博市体育局、市商务局、市体育总会共同发起的一项特色活动，旨在提升商场人气，提振消费市场，营造人人参与体育锻炼的浓厚氛围。

潍坊体彩助力潍坊市 全民健身运动会登山比赛

□记者 于晓波 杨学堂 通讯员 赵智 刘征子 报道

本报讯 4月9日上午，由潍坊市体育局、潍坊市文明办、中共潍坊市委市直机关工委等单位主办的“中国体育彩票”潍坊市第十二届全民健身运动会登山比赛，在临朐县石门坊风景区拉开帷幕。活动现场，潍坊市体彩中心的工作人员还通过视频号直播和现场讲解的方式，让更多人了解到理性购彩、未成年人不得购彩、体彩公益金使用等相关知识。本次赛事得到了潍坊体彩的大力支持。

大众报业集团(大众日报社)出版 国内统一连续出版物号:CN37-0001 邮发代号:23-1 社址:济南市泺源大街2号 邮编:250014 电话查询:(0531)85196527 报价全月45.00元 零售价:3.00元 广告许可证:鲁工商广字第01001号 广告部电话:85196701/6708 开机4:30 印完7:05 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷