



大众新闻
客户端



大众日报
微信

评论区

钟睺睺“发飙”的价值

石金军

一向低调的中国瓶装水之王——农夫山泉创始人钟睺睺，最近在一场活动中发飙，狠话频频刷屏互联网。其中，更是点名批评并喊话字节跳动创始人张一鸣：“我期待你们诚恳地道歉，我会一直期待。”在一贯信奉息事宁人的传统氛围里，如此直白点名和厉声批评的行为，格外引人注目。

钟睺睺及其创办的农夫山泉一度深陷舆论风暴。表面上看，钟睺睺这次炮轰目标似乎是张一鸣个人及字节跳动旗下社交媒体。仔细斟酌则会发现，更多乃是对“平台文化”的控诉。

一个饶有趣味的问题是，为什么钟睺睺认为自己及其企业深受抖音、今日头条等社交媒体平台的舆论伤害，但他没有选择法律诉讼的方式维权，而是以制造舆论的方式对垒？综观网络视频及媒体报道，可以说，钟

睺睺的此番发飙既揭露了一个残酷的事实，也提供了一个富有价值的公共议题。

这个残酷的事实之一就是当舆论风暴袭来时，即便是影响力如“首富”者也难以形成有效的阻挡和规避。翻阅钟睺睺此前有关自己被“网暴”的言行，不难觉察其中的失望之情。比如今年3月面对母亲的突然离世，他说“被莫名网暴，累及母亲，为我所忧”；8月，在央视财经频道《对话》栏目中，他再度回应网络暴力时称“网络上的污名化，洗不干净，随它去吧”。

舆论作为关注和表达的总和，往往以触动情感共鸣的方式达成，而成为一种朴素的共情立场，左右着群体的价值判断和站队分边。舆论就像一片海洋，它由一个个具体的水滴汇集而来，一旦汇集而成便再也无法将其还原为一个水滴。这就构成了舆论势头容易被转移、难以被消解的本质。强如钟睺睺者

在面临“网暴”时亦难以组织有效的反击和庇护，原因正是根源于此。

所谓以其人之道还治其人之身，其实，钟睺睺此番公开喊话张一鸣，颇有些通过主动设置公共议题，将张一鸣引入舆论漩涡的意思。

舆论场具有鲜明的“反差原理”，越是现实生活中的强者，越是容易陷入舆论战的弱势地位；而旗鼓相当的两人对垒，则会吸引不同的人选边站队。正如其所呼吁的，企业文明的规则应无差别适用于所有人，无论是强者还是弱者。互联网的强者在约束他人的同时，也必须约束自己。钟睺睺一开始就把自己置身于舆论场的“弱者”地位，将压力全部抛给了掌控强势舆论平台的张一鸣。毫无疑问，就这一点而言，前“首富”钟睺睺向现“首富”张一鸣的叫板，已经立于不败之地。

如公开所见，他以自我举例：“我是一个制造业企业，如果我制造的是不

合规的产品，我的销售者和我是同样要承担责任的，那互联网企业为什么不承担责任呢？”按照他的逻辑，互联网企业是营利性企业，靠流量来获利，显然要对产品承担法律责任。有组织地引流限流，随心所欲地删稿，用金钱奖励流量及谣言，把网络变成一种技术和算法，变成一种玩弄民众智商的游戏，不仅破坏了文明国家的法律体系，也对相关个人和企业造成伤害。

钟睺睺发飙无疑是捍卫自我利益的一种方式。抛开利益不谈，钟睺睺喊话张一鸣的举动，本质上乃是一场关于名誉、责任与互联网文明的深刻探讨。在这个“流量平台”占据大众流行文化中心的时代，这一探讨本身既富有价值又符合现实需求。毕竟就像钟睺睺所指出的那样，一个以盈利为目的的舆论平台，该如何秉持公心、捍卫公平，平衡强者与弱者？其导向不仅关乎钟睺睺，更关乎现实生活中的每一个人。

找准企业文化和员工个人生活的平衡点

卢昱

近日，一家零售企业的创始人个人在社交平台发文称：从明年起，为了推动美好生活、引导社会文明生活……企业员工结婚不允许要彩礼或付彩礼！婚礼不能铺张浪费，婚礼酒席只能邀请亲朋，酒席不能超过五桌！如果做不到，公司将取消其一切福利！未来的企业员工不允许靠父母买房买车！完全有能力靠自己主宰创造和享受美好人生。这些规定一经发布，迅速引起网友热议。有人拍手称快，认为此举在倡导理性消费和文明生活方面起到了表率作用；也有人质疑其是否“管得太宽”，干涉了员工个人生活自由。

“希望把中华优秀传统文化落实到企业文化中、每个岗位中，让企业的每个员工得到关怀和帮助，实现健全的人格。”该企业负责人曾表示。这句话表

明其对传统文化的高度重视。中华优秀传统文化蕴含了丰富的道德伦理、人文精神和社会规范，将这些传统文化融入企业文化，不仅能够增强企业的凝聚力和员工的归属感，还能提升企业的社会责任感和品牌形象。若按这个逻辑，上述倡议并非为了强制员工，而是希望通过企业的影响力，逐步改变一些根深蒂固的陋习，引导员工走向更健康、理性的生活方式。

这种想法初衷值得肯定。在当社会，天价彩礼、婚礼铺张浪费、啃老等现象屡见不鲜，给许多家庭带来了沉重的经济负担，甚至影响了年轻人的婚观念和人生规划。在法律之余无法触及的地方，道德的张力、礼俗的惯性在悄然影响一个区域的文化。此时，一家企业若能通过内部文化的宣传、推动，来引导员工树立理性、科学的消费观和生活观，这无疑是一

种有益的尝试。

当然，我们必须承认，这些规定在实施过程中可能会面临一些争议。婚姻是员工个人的私事，包括彩礼、婚礼规模等，应该由员工及其家庭自行决定。企业过多干预员工的个人生活，可能会引发员工的不满和抵触情绪。

此外，在人情社会，彩礼和婚礼规模往往与家庭面子、社会关系等因素紧密相关。企业若有一刀切的规定，可能忽视了这些复杂的社会因素，导致在实际操作中难以得到有效执行。好在企业发解释称，这种倡议只是初步构想，并不代表最终呈现的形式，主要是倡导让爱情回归纯粹，决策会经职工代表大会协商探讨。

总的来说，秤砣虽小压千斤。一百年前，爱国企业家卢作孚将“社会改革的核心”定义为“人的训练”，认为“现代化建设的首要任务和关键

是人的建设”“人的现代化就是要求人的公民意识、自治能力、文化知识与职业技能、健康与体能的全面进步”。现在看，这一观点依旧熠熠生辉。人与社会的全面进步，离不开社会风气的持续改善，需要社会各方力量积极投入。一家企业，若能利用自身的优势投身健康、高尚的社会发展大趋势，体现出企业的责任感和社会担当。在实施过程中，企业还可以通过培训、教育等方式，逐步引导员工树立正确的价值观和消费观，而不是简单地通过惩罚来达到目的。

同时，企业也应该充分尊重员工的个人意愿和选择，给予他们足够的自由和空间，找到企业文化和员工个人生活之间的平衡点。例如，企业可以设立一些奖励机制，鼓励员工在婚嫁等方面采取节俭的方式，而不是简单地取消福利。

古城破局

宫小昀

近日，有报道称耗资约20亿元的湖南省张家界市景区大庸古城，日均售票不足20张，运营3年多累计亏损超5亿元。相关话题迅速冲上热搜并持续发酵。

资料显示，大庸古城所在地原为“南门口沿河街区”，位于张家界市的中心区域，南靠澧水，交通便利，距离张家界火车站直线距离不到3公里。按理说，紧挨着圈粉海内外游客的“顶流”风景区张家界，大庸古城会受到张家界人流“溢出效应”的影响，吃到旅游红利，但为何张家界高涨的人气并未辐射带动大庸古城？

大庸古城虽有古代大庸文化的根底，但“庸文化”在当下传播力度和知名度都不高，项目实施中大规模去旧改

新，推倒众多历史建筑重建，文化底蕴和特色没有很好地挖掘和展现，缺乏核心竞争力，游客也就缺失了记忆点。

大庸古城并非个案，国内诸如此类“沉睡”的古城不在少数。据统计，目前我国有超2800座已开发或正在开发的古城，几乎每个县城都标配一座古城。如此多的古城中，5A级景区仅33个，可以被游客叫出名号的屈指可数。

究其原因，是古城同质化现象严重。建筑风格的简单复制或照搬，比如仿照江南园林采用青砖绿瓦、小桥流水的建筑布局，缺乏个性化和特色化，游客容易产生审美疲劳，久而久之会降低游览意愿。本质上反映的是运营开发者对本地自然文化特色的忽视。

商业业态高度雷同。当沿街的铁板烤鱿鱼和油炸臭豆腐成为“标配”，来自小商品批发市场的手串、簪子、小挂

件等纪念品一再出现，以及射击、套圈、海盜船等“遛娃”项目的加入，古城的商业味远盖过文化味。旅游项目的同质化，是创新能力差的直观体现。游船、汉服体验、古装拍照等旅游项目让游客提不起兴致，篝火晚会、乐队弹唱、民俗表演等，亦是形式大于内容，地域文化的内涵与魅力无迹可寻。单依赖门票收入，是国内大多数古城的营收痛点，在品牌建设和营销推广方面，缺乏长远品牌规划和精准的市场营销策略，让其无法通过辨识度在游客心中“种草”，只能“泯然众人矣”。

古城本应作为文化载体承担起传承作用，实际情况却是假古董、雷同化的古城担不起这个责任。反而不利于民俗文化的阐释和发展。古镇建设运营就没有破局之法吗？最简单直接的是，从成功者身上找经验。

作为我国保存最完好的古城之一，平遥古城的成功在于完好保留了明清时期的县城风貌，城墙、古街巷、古建筑等历史遗迹众多，这些建筑展现了古代城市的商业、金融等发展历程，具有极高的历史文化价值。平遥国际摄影大展、平遥国际电影展的设立，更强调了其文化属性，扩大了古城影响力。同样，乌镇保留了水乡的双重特色，并因统一管理、统一定价和动态监测的乌镇“全员NPC”模式出圈。

古镇的盘活之道不在于“人有我有”，而在于“人无我有”，找到核心价值，将文化融入规划，放大文化属性和历史传承，基于此根据市场需求进行基础建设、资源匹配、业态丰富和营销推广，创新打造具有个性化、吸引力的深度文化活动，增加辨识度，才是古城运营应有的思路。

弘扬国粹看少年

郭雨泽 田可新

在快节奏、高负荷的现代生活中，中式养生逐渐赢得年轻群体的青睐。职场八段锦、晒背、中药代茶饮等特色中式养生方式的流行，显示出“脆皮”年轻人体内的养生血脉逐渐觉醒，实现对中医药从质疑到理解再到热爱的转变。在此背景下，一档中医文化体验真人秀节目——《国医少年志》应运而生。

节目播出后引起广泛关注。“中医药大学生要哭了，终于看到宣传中医的节目了”“i养生人狂喜，看个节目给我学到真东西了”……中医药学者、养生爱好者的讨论扩大了节目的影响力，吸引了更多观众的目光，也让中医药文化成功破圈。

《国医少年志》赢得观众好评，关键在于真正做到了创新表达方式、讲好中医故事。

创新是节目吸引观众的重要因素。不同于以往在演播厅内进行知识科普的方式，节目采用别开生面的“旅行+体验”模式，拓宽了中医药内容的表达维度。处于亚健康状态的嘉宾让观众大呼“世另我”，他们的真实状态让观众产生了强烈的代入感。随着嘉宾们踏上养生自救的旅程，观众也能从中找到适合自己的“养生处方”，在共鸣与学习中收获满满。

节目更是巧妙地融入了年轻化、多元化的叙事方式，打破了大众对中医药晦涩难懂的刻板印象，极大点燃了人们的学习热情与兴趣。“中医版MBTI”

“药有药语”“中药逛三园”“中药火锅”“电子中药”（即“五音疗法”）等新颖内容，生动展现了中医药文化在年轻人语境中的生命力。“一顿饭要五色五味俱全”“泡脚水温不高于体温”“爬山不可空腹且要注意控制步伐”等实用小贴士，在寓教于乐中向观众传授了正确简单易上手的养生方式。“听落针”“抓珠子”“炒阿胶”等挑战环节，则以严肃又不失活泼的形式让观众了解到中医药工作者对自身技艺的高标准、严要求。

节目深刻洞察并细腻呈现了中医药文化的深厚底蕴。中医药文化博大精深，其理念既可宏大至天地五行的哲学思辨，亦可微到一盘瓜果的日常滋养之中。中医药不仅是治疗疾病的精妙方

法，更是倡导健康生活的核心理念，渗透进大众日常生活的每一个场景。节目同样呈现了中医药文化的双重魅力。寻古法而传承千年的炮制工艺，依艾灸而不断创新的热敷灸疗法，展现了中医药历经千年沉淀的独特韵味，也彰显出中医药与现代科技结合，面向未来、勇于创新的无限活力。

承岐黄之术，扬国医之光。在弘扬国医文化的道路上，少年是最具活力和创造力的群体。《国医少年志》节目采用创新方式讲述新时代中医药故事，不仅向大众展示着中医药文化的独特魅力，也激发更多年轻人对中医药文化的兴趣与热爱。希望更多对中医药文化怀揣热爱的青年一代，能够在这条传承与创新中医药文化的道路上步履不停。



全国铁人三项锦标赛 我省健儿折桂

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孔军 报道
本报讯 日前，2024年全国铁人三项锦标赛在广东肇庆落幕。我省派出了张玺瑞、俞欣颖、王铭宇、杨一凡参加优秀组男女混合接力项目的决赛。最终，山东队以1小时29分49秒的成绩夺冠。

全国U系列羽毛球比赛 U15—17总决赛山东夺两金

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 报道
本报讯 近日，2024年全国U系列羽毛球比赛U15—17总决赛在晋江收官，山东男队表现出色，勇夺一枚U15年龄组双打金牌和一枚U16—17年龄组的团体金牌。作为全国U系列羽毛球赛事的收官之战，该赛事共吸引来自全国27个省市区代表队的489名运动员参加。

我省优秀运动队体能大比武 拉开决胜大湾区全运会冬训序幕

□记者 于晓波 报道
本报讯 近日，在省体育训练中心体能训练馆，我省优秀运动队2024—2025年度冬训体能测试大比武在这里启幕，省体育局局长乔云萍出席开幕式并宣布开赛。此次大比武旨在营造备战氛围，树立以体能补短板、以体能提技能、以体能强作风的鲜明导向。拉开我省决胜大湾区全运会最后一个冬训的序幕。此次冬训体能测试及大比武，将于2024年11月中下旬至2025年2月底前进行3次，其中前两次进行体能测试，第三次进行体能大比武。

省体育中心 承接各类运动会10余场

□记者 于晓波 通讯员 李春城 吴晨潇 报道
本报讯 近日，省体育中心体育场发挥区位优势、资源优势和平台优势，主动作为，精心筹划，密集举办全民健身赛事活动，累计承接机关和各类企事业单位全民健身运动会10余场，数以万计的老、中、青运动员在绿茵场上挥洒汗水，绘就了这个深秋初冬季节最亮丽的色彩。

“好运山东·逐梦深蓝” 时尚体育联赛在青岛收官

□记者 于晓波 报道
本报讯 近日，“好运山东·逐梦深蓝”时尚体育联赛总决赛在青岛举办。经过激烈的角逐，青岛会了会了获得飞盘项目冠军、青岛Great Devils获得腰旗橄榄球项目冠军、青科大校友帆船队获得帆船公开赛冠军。

山东省乒羽中心 打造区域羽毛球品牌赛事

□记者 于晓波 通讯员 张军 史文平 王子傲 报道
本报讯 近日，山东省乒羽中心为全民打造的羽毛球赛事品牌——中国体育彩票杯“黄河入海·我羽飞扬”2024年山东省羽毛球混合团体争霸赛在“沿着黄河遇见海”的魅力城市东营正式亮相。赛事旨在满足群众参与活动的需求，丰富赛事体系平台，积极扩大羽毛球在全省影响力的同时，让更多人跟着赛事去旅游，为经济社会发展贡献山东羽毛球力量。

I-FIT职业健身教练专业大会 山东队获佳绩

□记者 于晓波 通讯员 周科 报道
本报讯 近日，2024第十五届I-FIT职业健身教练专业大会在山西省太原市滨河体育中心举办。山东代表队参加了“健身大赛”板块中的个人健身案例赛、团体体能挑战赛和健身操舞（普拉提）赛，均取得了优异成绩。

全省体育标准化工作培训班 在泰安举行

□记者 于晓波 通讯员 张军 汪思恩 报道
本报讯 近日，由山东省体育局、中国体育科学学会标准化工作委员会联合举办的体育标准化工作培训班在泰安举行。举办本次培训班旨在进一步加强体育标准化建设，培养标准化专业人才，提升标准化工作水平。

我省户外运动场地建设 地方标准获批立项

□记者 于晓波 通讯员 王子傲 报道
本报讯 近日，省市市场监督管理局下达一批地方标准计划项目，省体育局组织申报的《山地户外运动场地设施建设规范》获批立项。该项目由省体育科学研究中心、省体育产业发展服务中心等单位承担编制工作，预计2025年9月底前完成。

齐鲁少年体能挑战赛 济南站活动收官

□记者 于晓波 通讯员 陈晓 报道
本报讯 近日，为期两天的山东省“职业助公益”志愿服务活动暨2024年山东省齐鲁少年体能挑战赛（济南站）在山东省体育中心体育场圆满结束。该赛事鼓励广大青少年儿童积极参与体育活动，让更多人了解我省体育事业的发展 and 儿童青少年体育运动的魅力。