



朱非

现如今，婚恋相亲平台层出不穷，在为单身男女牵线搭桥提供便利的同时，“诱导式”签约、强制性收费、退费规则不明确等乱象频生。

如何避免婚介骗局？成为了困扰单身青年的一大难题。

随着互联网经济的兴起，婚恋平台蓬勃发展。面对我国庞大的单身群体，一些婚恋平台开始在朋友圈投放广告精准营销。

前不久，有一位苦于催婚压力的朋友正好在朋友圈看到广告，随手注册了个人信息。没过多久，一位自称“红娘”的人打来电话告知她，平台有一位会员对其非常感兴趣，本着对会员负责的态度，希望邀约她进行线下面谈。

尽管这种快节奏高效率的相亲模式令朋友怦然心动，但这通长达一小时的“摸底电话”使她顿时心里打起鼓来。上网搜索后才发现，不少单身青年在经历过一次婚介服务后已经大失所望，大多数婚介相亲模式都如出一辙：从苦口婆心劝导注册用户到线下门店实名认证，到轮番洗脑诱导他们巨额消费，再到后续服务环节各种



王龔



张旭凡

最近连日 40 度的高温，走在路上就像是空气炸锅里被炙烤的食材，实在是吃不消，但即便是酷暑炎炎之下，最近这段时间的外出拍摄也排得很满，让我在高温中又淬炼了一丝对摄影的见解。

6 月底，跟着微电影团队感受了两天的超强度跟拍模式，清晨 5 点出门，凌晨 12 点到家，太阳最旺的中午也常常因为赶拍摄进度而推迟午饭，最后只能顶着烈日在马路边凑合着吃一口，也正是如此感受到了专业摄影团队的不易。

一个镜头拍十多次是家常便饭，演员需要在一遍又一遍的 NG 下保持状态，化妆师只能一次次帮忙擦汗，对于扛着沉重机器的摄影师来说更是考验，加上个别高难度镜头的拍摄更显得不容易。比如一场跟拍摩托车骑行的戏，为了保持和演员的相对速度，摄影师只能边骑着平衡车前进边扛着机器拍摄，结果一个没不小心从车上连人带机器摔了一跤，连手机屏都摔碎了。

敷衍搪塞。等到用户恍然大悟要求退费时，却被平台告知其服务符合合同约定，会费一概不退。

不难发现，婚恋平台的上述行为，已经严重侵犯了消费者的知情权、公平交易权等合法权益。而诸多消费者因维权成本高而放弃维权，更是纵容了平台违法行为的发生。

为有效规制婚恋平台违法行为，首先监管部门要压实平台责任，加强平台监管，明确平台应建立配套管理制度，加强员工的法律培训，提升员工的法律意识；

其次，行业协会要加强行业监管，明确婚介行业标准，加大对平台的合规审查力度，督促和引导平台及时纠正违法违规行为，提高行业自律；

最后，消费者要加强自我防范意识，在合同签订过程中，要看清楚合同条款，明确双方的权利义务，如果在消费过程中遭遇强制收费、退费难等问题，可以向消费者协会投诉，也可以报警处理。

在此提醒广大单身青年，尽管急于摆脱催婚压力，但也要擦亮双眼，只有对婚介相亲模式有了理性清晰的认识，才能摆脱“消费陷阱”。

轮渡口风光

奋斗着的“小镇做题家”很棒

陈友敏



最近，“小镇做题家”一词引爆全网。这一原本被普通学子用作自嘲的称呼，却化作了对他们的挖苦和嘲讽。

“小镇做题家”一词指的是出身小城镇，埋头苦读，擅长应试，但缺乏一定视野和资源的青年学子。不少人用这一词自嘲，又何尝不是一种自我认知清晰的体现？

出身普通甚至穷困家庭的学生，多年苦读，抓住高考这一机遇，鱼跃龙门，实现人生的进阶。

他们将“知识改变命运”这句话奉为主臬，用笔下的一道道题目铺就走出“小镇”的道路，用勤学苦读拼命填补原生家庭带来的差距，走出的每一步路都是对“奋斗”二字的完美诠释。

这样的“小镇做题家”哪里可以被当做谈资笑料，用来挖苦嘲讽？是出身小镇可笑？还是用学习、用做题来追求更好的未来可耻？

真正可笑可耻的应该是这些以优越家

调侃不容突破公平底线

夏天



最近，某些“大城表演家”引起了“小镇做题家”们的公愤。火上浇油的是，一家媒体还在新闻评论中嘲讽“小镇做题家”们是“无能狂怒”。

作为曾经的“大城做题家”，我充分与这种愤怒共鸣。因为在我国，“做题家”是绝大部分受教育人口都经历过的身份，更是文明古国可贵的制度发明。

1000 多年前，隋文帝废九品中正制，为“上品无寒门，下品无世族”鸣响丧钟。隋场帝开进士科，科举制雏形诞生，但只接受五品以上官员的举荐报考，普通寒门仍无法参与。直到唐高宗和武则天治下，完善了寒门参与科举、科举防舞弊等制度，从此，穷苦百姓无需军功，在正常社会秩序中亦可凭自身才学成为“上品寒士”。

纵使后世科举考试内容、人才评价标准逐渐僵化落后，让中华文明进步缓慢。

也说“雪糕刺客”

徐荔



最近“雪糕刺客”的话题热度似乎和气温一样有所下降，但是这不代表“刺客”就彻底消失了。

雪糕应该卖多少钱合理？其实，这并没有一个定论。有商家说自己用的原料好，有品牌称自己用工、租金、物流、营销等成本有所增加……总之各有各的理由。

大家不是经济学家，当然无法给出合理的定价，会觉得雪糕价格贵，是因为与以前相比较。

想想小时候，小卖部冰柜里娃娃雪糕、三色杯、紫雪糕、雪宝都是孩子们就能买得起的，后来出现了可爱多，虽然稍贵，但还能接受，再后来能吃个七八元的梦龙简直是奢侈。

谁能想到，当年“雪糕贵族”的梦龙如今与一众天价雪糕相比，竟然显得那么亲民。

随着社会经济的发展，物价有所上涨这是必然的，可是当大家印象里便宜又好吃的冷饮不见踪影，取而代之的都是添加了太多营销成本的高价雪糕时，一切就不那么理所当然了。

有人为高价雪糕“喊冤”，某些冰激凌店里的东西卖得贵多了，怎么不见大家的反应那么激烈？

反应不激烈，可能是因为它们明码标价，而且在合理的范围内，消费者在了解

境、充沛资源做垫脚石，高昂着傲慢的头颅，冷眼打量努力奋斗着的普通人，最后用一句“小镇做题家”，就轻松抹杀他人多年努力的人。

出生在广西百色一个贫寒农民家庭的黄文秀，用“做题”从百色走到了北京。2016 年北京师范大学硕士毕业后，她毅然选择从繁华都市回到贫苦家乡，做起了百坭村驻村第一书记。

在黄文秀任上，百坭村 103 户贫困户顺利脱贫 88 户，村集体经济项目收入翻倍，但她的生命却定格在了脱贫攻坚的奋斗道路上。这位“小镇做题家”的事迹让无数网友落泪。

同为“小镇做题家”的中科院黄国平博士的论文致谢也感动了无数人：“我走了很远的路，吃了很多的苦，才将这份博士学位论文送到你的面前。二十二载求学路，一路风雨泥泞，许多不容易。”

生于“泥泞”，却一路挣脱桎梏，奋斗着的“小镇做题家”很棒！

但无论新中国设立、恢复高考，亦或是如今国家编制“逢进必考”，凸显的都是“寒门学子亦有途径公平上升”的价值，而非以出身血统、中正品评取士。

而今价值多元的时代，部分观点对“小镇做题家”看法不一，我认为虽宽容，但底线不可突破。

容许，是因为人才评价标准的确不能过于单一。但不容突破的底线，则是把对应试教育的批评，扩大到对公平取士精神的漠视，退化到为某些小圈子“明星无寒门，群演无世族”去鼓呼，那是藏匿于历史角落，未被革新力量覆盖到的活文物活化石。

我非常支持新业态市场蓬勃发展，更支持健全相应人才公平竞争选拔体系，这样才能为青少年在“做题”之外，提供更多公平可靠的成才路线。同时，我也反对某些小圈子长期缺乏真才实学公平竞争的选拔，这样对其自身真实水平的进步是不利的。

相关价格后，有选择消费或放弃消费的权利。

有小卖部经营者坦言，店里的冰柜就那么大，为了更多盈利，当然会选择利润空间更大的雪糕进货。而且在产品摆放和标价上，他们也是动了点心思，什么冷饮什么价格并不能一一对应。作为一个喜欢尝试新鲜事物的人，我就不止一次被类似的“刺客”所伤，结账时又不好意思退货，只能成为“冤科”。

幸好，2022 年 7 月 1 日起，国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》施行，该规定提及：不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易属于价格欺诈行为。

政策的出台，有望让大家在选择商品时能有得失，不被“刺伤”。

不过，关于产品本身，我也想谈，一些新兴品牌的确善于创新，把握住了年轻人好奇心强、勇于尝试新鲜事物的特征，做出了一波又一波吸引眼球又价格不菲的雪糕产品。但一味卖创意而非产品本身的做法，恐怕无法真正长久。

而曾深得人心的“老品牌”们，也请不要放弃原有的优势，无论是出于产品价格、质量，或是念旧的情怀，还是吃雪糕只为清凉降温的单纯目的本身，我们都不希望它们消失。