

让“太原好物”成为城市记忆

□梁涛

一周声音

朱红亮 整理

今夏，众多游客慕名来逛太原。返程时，许多人感叹“不虚此行”，不忘在行李箱里装入几件具有太原特色的“城市礼物”。（《太原晚报》8月21日）

行李箱中的“太原好物”不仅是一种消费现象，更是文旅融合背景下城市软实力的生动展现。

文创产品是一座城市的文化使者。无论是晋侯鸟尊发卡，还是古建造型饼干，这些“小物件”背后，是太原深厚的历史底蕴与创新精神的结合。它们让沉默的文物变得可亲可感，让地方特色以更轻盈的方式走进日常生活。游客带走的既是一份纪念，更是一段能够回味、能够分享的城市故事。

发展文创产业是文旅消费的延伸，更是文化自信的实践。老字号推陈出新，博物馆跨界联动，街区店面上新不断……太原正在通过文创产品的持续迭代，向外界传递一座古老城市正在发生的年轻变化。文创不只是“卖东西”，而是在输出价值观、审美与生活方式。它让太原不再是地图上的一个名词，而成为一个有温度、有记忆、有风格的生命体。

第七届山西文博会已于昨日开幕，这为各种“好物”亮相提供了更大舞台。文博会不仅是展销平台，更是创意激荡、产业对接、文化传播的重要契机。通过这样的展会，太原可以进

一步整合文创资源、推动设计升级、拓宽传播渠道，让更多“太原好物”走向全国甚至国际。更重要的是，文创产业激活的是一种良性循环，文化赋能产品，产品反哺文化，进而吸引更多人来感受、认同并传播这座城市。发展文创产业拉动消费、促进就业、提升城市形象，是实现文旅高质量发展的重要路径。

要让“太原好物”真正成为一张张可亲的城市名片，还需持续深耕文化挖掘、设计转化与市场推广，让产品不仅有“颜值”，更有“灵魂”。唯有如此，太原才能不仅被游客看见，更被长久记住。

“60多个品牌联合让利，文博会门票兑换超值福利。”

——第七届山西文博会于8月21日开幕，实行售票参观，票价为每张39.9元。持文博会门票，观众可享受60多个品牌提供的总价值1.8万元的减免福利。（《太原晚报》）

“取消电视剧40集上限、开放境外题材本土化改编……‘广电21条’激发创作活力。”

——国家广播电视总局日前印发实施《进一步丰富电视大屏内容 促进广播电视内容供给的若干举措》，被称为“广电21条”，提出包括改进电视剧集数和季播剧播出间隔时长等，还支持全球优秀IP本土化改编，同时改进电视剧内容审查工作，推出“边审边播、边改边播”试点。（央视新闻）

“‘横竖’都是第一！贵州花江峡谷大桥荷载试验正式启动。”

——8月21日上午，由贵州交投集团承建的世界第一高桥——花江峡谷大桥荷载试验正式启动，迎来通车前的“关键大考”。花江峡谷大桥全长2890米，主桥跨径长度1420米，居山区桥梁跨径世界第一，桥面到水面的高度为625米，高度也居世界第一，被称为“横竖”都是世界第一的大桥。（光明网）

投稿邮箱：tywbpl@163.com

心声

情绪价值也是卖点

□宋鹏伟

为了吸引食客，不少餐饮企业纷纷研发“新奇特”菜品，在给消费者带来全新用餐体验的同时，也为餐饮行业发展注入新活力。（《太原晚报》8月21日）

在许多餐饮企业还在好吃与实惠之间挣扎时，“新奇特”菜品的脱颖而出让“好看”的价值得以彰显。萝卜白菜各有所爱，相比于吃什么，怎么吃显得越来越重要。

当“红尘妃子笑”的荔枝造型虾球端上桌时，食客举起手机拍照的瞬间，早已超越了单纯的用餐行为——这是一场情绪的触发与情感的传递。在物质丰裕的时代，餐饮业的竞争不仅是

“味道之争”，同样也是“情绪价值的供给战”，而“新奇特”菜品正是餐饮业创新的表现。在过去，或许高档饭店只是着重于食材新鲜和摆盘精致，而现在食客的需求已经不止于此，尤其是对于新鲜事物充满好奇的年轻人而言，与众不同才能带来消费冲动，“能出片”的重要性丝毫不亚于性价比。这种生理与心理上的共鸣，不仅带来满足感，也通过在社交平台上的分享带来传播效应。

与众不同才有辨识度，才能在同质化竞争中脱颖而出。人们耳熟能详的“一骑红尘妃子笑”，让食物成为古今情感的纽带，这种将文学、历史等元

素融入消费体验的做法，无疑更能得到年轻人的认同，这是传统快餐和外卖带不来的。至于价格，反倒在其次，一方面独特的造型与制作工艺更费人工；另一方面，“新奇特”带来的冲击力足够给人获得感，所以很容易给人“贵但值”的感觉。当然，创新并不意味着走极端，倘若造型惊艳但味道寡淡，也会被消费者慢慢抛弃。这提醒餐饮企业，情绪价值的营造绝不能脱离内在品质，只有当创意与口味形成合力，才能拥有持久的吸引力与竞争力。一句话，“味道”不仅在嘴里，还应满足包括口腹之欲在内的多重需求，才能够长久赢得消费者的青睐。

热议

把好安全关 守护团圆味

□薄鸿

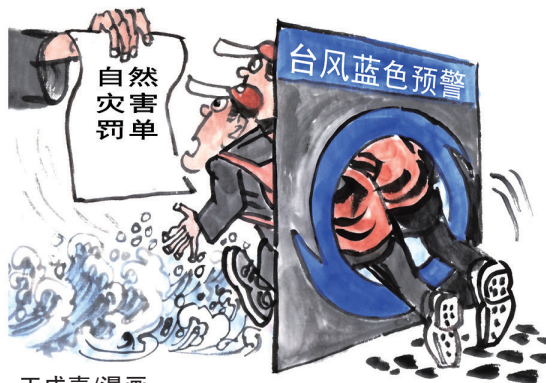
8月20日，尖草坪区市场监督管理局组织开展月饼加工小作坊监督检查，切实守护群众“舌尖上的安全”。（“并州新闻”客户端8月20日）

尖草坪区市场监督管理局于近期深入开展月饼加工工作坊专项检查，是对节日食品安全的“精准护航”，彰显了守护群众“舌尖上的安全”的责任与担当。

月饼加工作坊多为中小型经营主体，部分存在生产场所简陋、卫生条件不达标、原料质量把控不严等问题。这些隐藏在“手工风味”“传统工艺”背后的安全隐患，若不及时排查整治，会损害消费者健康，消解节日的美好氛围，甚至冲击整个月饼市场的信誉。

相关部门应对检查中发现的违法违规行为依法从严查处，让违法者切实付出代价，形成有力震慑。还要注重长效监管，通过建立作坊台账、定期回访复查、推广标准化生产流程等方式，引导小作坊从“被动整改”转向“主动规范”。同时，也应畅通群众监督渠道，鼓励消费者举报问题作坊，形成“监管部门+市场主体+社会公众”的共治格局。

月饼里裹着的是乡愁，装着的是心意，安全是这份心意的底线。要将每一份月饼的生产过程置于阳光监督之下，让消费者吃得放心、吃得安心，让中秋的味道更纯正，团圆的幸福更浓厚。



王成喜/漫画

近日，广东深圳市大鹏新区对两名在台风“韦帕”蓝色预警启动后、未经许可擅自进入自然灾害危险区的游客，依法处以每人5000元罚款，提醒人们在任何时候都要敬畏自然、遵守法规。（新华网8月21日）

画
中
活

银发关怀要从细节入手

□袁剑锋

兴华西街51号院4号楼2单元的老年人多，快递驿站离得远，取快递不方便。从今年年初起，一楼的邻居主动帮忙代收快递。（“并州新闻”客户端8月20日）

一楼邻居主动代收快递，精准破解了老年群体在数字时代的“适应困境”。有了这份邻里间的帮助，他们不必费力学习复杂的快递柜操作，也不必为取一件快递来回奔波劳累，只需在熟悉的楼道里，就能接过那份带着温度的包裹，让每一次等待都化作舒心的日常。

这份关怀的可贵之处，在于它落在了老年人的“具体需求”上，更贴近真实生活。被代收的快递里，可能装着独居老人急需的生活用品，保障着他们的基本生活；也可能是远方儿孙寄来的礼物，承载着浓浓亲情与情感慰藉。

邻居们愿意花时间仔细核对信息、妥善保管包裹，用这份耐心与细心告诉老人们：你们的需求，有人在意；你们的生活，有人关心。

银发关怀不能仅依赖个体善意。要让更多老年人能够更加体面、从容地生活，还需要社会各方共同努力。社区和物业可以尝试设立专门的“老年服务岗”，为老年人提供更多针对性的帮助；快递企业也不妨推出“老人优先配送”等服务，让老年人的快递能更便捷地送达。举措虽然细微，却能切实为老年人的生活带来便利。

从一件代收的快递中，看到的不仅是邻里情，更是社会对老年群体的温柔以待。让我们共同努力，从细节入手，用更多贴心的举措关怀老年人，让每一位老人都能在时代的进步中被温柔接住、被细心呵护。



在共情时刻凝聚力量

□郭宇辰

8月15日，水总社区组织爱国主义教育，辖区内少先队员为老党员佩戴鲜艳红领巾，共同观看历史影片《南京照相馆》。（《太原晚报》8月18日）

《南京照相馆》为居民上了一堂生动的历史课，影片以全新的叙事维度，通过鲜活的小人物群像，将民族伤痛投射为“勿忘历史”的集体共鸣，让观影者动容。老党员郑重观影，勾起了过往记忆。年轻观众受到震撼，源于对历史真相的直视。一部优秀影片经由情感同频，可以跨越年龄鸿沟，产生共鸣。

社区组织安排可圈可点。少先队员为老党员佩戴红领巾，这不仅仅是

一种仪式感，更是对先辈奋斗历程与共同信仰的致敬。在特定的场合，以特殊的仪式，进行爱国主义教育，在情感共鸣中实现了精神的代际传递。

这场爱国主义教育润物无声，入脑入心，讲出了“人”的故事，而不仅仅讲“理”。推动爱国主义教育走深走实，社区可以定期组织老少对话沙龙，以口述历史的形式开展你问我答活动。市内红色旧址遗迹可以成为“教室”，文物史料可以成为“教材”，爱国主义教育最终落脚于无数个“我”与“我们”的联结之中。

爱国之情是最朴素的情感，让共情引发共鸣，在共情中凝聚力量，让精神之光照亮前行之路。