

下一碗“创猪汤”会在哪？

特约评论员 海岩

新年伊始，重庆合川呆呆妹的“创猪汤”火遍全网，引得央媒也下场发声。这波流量迅速变现：呆呆妹成为现象级网红，当地农产品热销、旅游景点人头攒动，城市知名度飙升。这阵仗，任谁看了也眼馋。于是乎全国各地纷纷仿效，“创猪汤”一时间满天飞。遗憾的是，整体效果不尽如人意，甚至在少数地方成了大型翻车现场。公允地说，各地“抄作业”的出发点是想要点赞的，大伙儿都想打出城市招牌，带动地方经济发展。但仅凭一腔热血是不够的，还需领会现象背后的窍门，掌握商业运营的套路。笔者认为，呆呆妹的那碗“创猪汤”蕴含着以下三点打法。

首先是贴紧乡愁这个卖点。当下的商业运营主打一个“情绪价值拉满”。乡愁，是最能拨动人心的情绪价

中央和省里明确提出，以农文旅相融合推动乡村振兴。我市文旅资源丰富，乡村振兴正当时。破解了农文旅融合密码，并做到因地制宜、因时施策，相信一定能烹制出一碗别具风味的“创猪汤”“羊肉汤”“老母鸡汤”。

值。呆呆妹简单而又直白地呈现了原汁原味的乡愁元素：一大早杀年猪的嘈杂声，柴火灶大铁锅里翻滚的咕嘟声，邻居亲朋搭把手的玩笑声。这些被都市生活所遗忘的生活场景，成了珍贵的稀缺品。怀旧，对于中老年群体来说，是一种对过去美好时光的本能回望，给年轻一代带来新奇感并恰恰使他们成为怀旧消费的最大消费者。

其次是注重人设这个支点。话说株洲一位“抄作业”的小姐姐一句“我不想让湖南比不过重庆”，招致网上骂声一片，人设瞬间崩塌，原先精心准备的“创猪汤”真的泡了汤。反观呆呆妹始

终于善良和真诚打动人心：“父亲年龄大了按不动猪”，体现的是心疼家人；“人来得太多了，闹闹了”，传递的是涉世不深的手足无措；“让家门口停满车，自己在村里也扬眉吐气一回”，透露的是年轻人特有的小虚荣。这个懂事乖巧的邻家小妹让大伙忍不住帮她一把。

最后是激活社群这个支点。互联网经济时代，社群营销是小成本带来大收益的利器，也是突破“红海”的标配。呆呆妹的“创猪汤”给我们做了一场教科书般的示范：在PGC（专业生产内容）专业传播方面，合川文旅连发九条短视频，起到信誉背书和推动作用；在

UGC（职业生产内容）达人传播方面，借助网络大咖和人脉节点，起到高效触达和带动作用；在UGC（用户生产内容）自主传播方面，众多热心参与者从多个维度创作了大量鲜活场景，起到了真实可靠和令人心动的作用。大家一拥而上，小火苗瞬间蹿起、越烧越旺。

乡愁、人设、社群三位一体，精彩演绎了一出现实版的杠杆原理。以社群为杠杆，以人设为支撑，以乡愁为承载，合力推出一碗热腾腾、香喷喷、顶呱呱的“创猪汤”。中央和省里明确提出，以农文旅相融合推动乡村振兴。我市文旅资源丰富，乡村振兴正当时。破解了农文旅融合密码，并做到因地制宜、因时施策，相信一定能烹制出一碗别具风味的“创猪汤”“羊肉汤”“老母鸡汤”。



央媒说

及时全面“体检”，让政务平台真正好用起来

新华社记者 唐成卓

内容陈旧、功能不全、栏目更新不够、点开就发现一些服务“瘫痪”已久，部分链接甚至无法打开……记者近期在东北一些地方调研发现，有的政务网站和政务新媒体账号停摆，导致群众查询难、办事难，被吐槽为“僵尸”平台。

这种“建而不用、用而不活”的政务平台，并非局部地区个案。西南某省通报的2025年四季度全省政务新媒体抽查情况显示，51个账号内容更新不及时；东部某地不久前对700多个政务应用“体检”排查，也发现部分存在分散建设、重复投入、成效不高问题。如此这般，不光浪费公共资源，更损耗政府公信力。

政务平台不是装点门面的摆设，对其建设不能“走过场”。及时全面“体检”，该改的改，该关的关。对于群众办事需要的、能利企便民的，要想办法让它们活起来、火起来，使其真正派上用场。

推动更多政务服务“网上办”“掌上办”是加强政务服务的题中应有之义，是实现服务由“能办”向“好办”转变的有效之举。近年来，各地依托平台创新政务服务，效能显著增强。但也有些地方将建平台视为“政绩指标”，搭建完成就万事大吉；还有的建设之初就没有从实际出发科学规划，建完了发现用不上，最终变成了指尖上的形式主义。

清理政务“僵尸”平台，就是要践行正确的政绩观，摒弃形式主义、官僚主义作风，从“重建设”转向“重管理”，从“重展示”转向“重实效”，提高为民服务能力。

值得称道的是，浙江、广东等地已在采取行动，通过“关停并转”优化改造一批低效冗余政府应用。期待更多地区从实际出发来一场“大扫除”“大调整”，让政务平台真正好用起来，不断提升使用的便利度和企业、群众的满意度。

新华社北京1月16日电

瞄热点

新开首店100+，马鞍山很“香”

本报评论员 张莹

小红岛超市开业限流排起长队，盒马鲜生客流持续攀升，网红品牌门店密集落地……2025年，首店经济在马鞍山多点绽放、热度爆棚，既为市民带来了多元化消费新体验，更成为激活区域消费潜力、提升城市商业能级的核心引擎，让这座城市的消费市场愈发“香浓”。

所谓首店，即知名品牌进驻新市场开设的首家门店。这类门店凭借稀缺性、新鲜感与创新属性，天然具备引爆消费市场的能力，更成为衡量一座城市商业活力与消费吸引力的核心指标。

首店经济的兴起，是马鞍山经济活力的生动写照。从政策扶持到商圈焕新，从品牌引进到本土培育，马鞍山以首店经济为支点，有效撬动消费市场的提质升级。

2025年，马鞍山成功引进110家城市首店，业态覆盖汽车、亲子乐园、餐饮

零售等多个领域，消费场景持续向丰富化、多元化升级。京东奥莱、大疆、小红岛、好利来等知名品牌的陆续入驻，不仅带来了全新的产品与服务供给，更以多元业态重构商业场景，推动消费模式从“单一购物”向“综合体验”转型。

从二次元品牌矩阵到沉浸式亲子乐园，从高端新能源汽车体验中心到特色餐饮旗舰店，首店的多元布局让商圈从单纯消费转向综合体验，极大提升了城市商业魅力和消费能级。一家家首店在马鞍山落地生根，不仅让市民的消费选择更加丰富，也让城市的商业版图不断扩容。

首店凭借稀缺性和新鲜感，精准契合了消费者个性化、多元化的需求，相较于传统门店，同一铺位引入首店后销售额普遍提升30%以上。

首店经济的火爆，离不开政策与区位优势加持的。马鞍山精准把握消费升级趋势，出

台《扩内需促开放政策》，对符合条件的首店给予真金白银的资金奖励，商务、市场监管等部门全程协调，高效解决场地选址、工商审批等落地环节的痛点难点。蜜雪冰城雪王屋作为安徽首店（全省仅6家）成功入选2025年省服务业发展引导资金（第三批）支持名单，小红岛一年内顺利开出10家门店，这些案例都是政策红利的体现。

与此同时，马鞍山依托与南京“1小时生活圈”的地缘优势，深度融入南京都市圈商业生态体系。两地消费人群双向流通、物流网络高效互联、商业资源互补共享，使得诸多一线品牌将马鞍山视为布局都市圈下沉市场的战略节点——既能借助南京的消费辐射力扩大品牌影响力，又能依托马鞍山的成本优势与本土消费潜力开辟新增长极，这份独特的区位优势，为马鞍山首店经济注入了强劲动力。

然而，要让首店经济从“爆红”走向

“长红”，还需筑牢品质根基、完善发展生态。当然，品牌要想扎根生长，不能仅靠首店标签，还要靠持续优化产品、提升服务、结合地域文化打造独特体验等一系列举措，把“回头客”变成“回头客”。

政府层面也需要持续发力，完善“引进—培育—服务”全链条支持体系，推动首店经济与夜间经济、周末经济深度融合，放大消费协同效应；同时重点培育本土首店品牌，支持本地优质品牌首发、首展、首秀，形成“引进来+留下来”的双轮驱动。

从一家家首店的落地生根，到消费市场的提质扩容，首店经济正为马鞍山注入持久且强劲的商业活力。唯有政策护航精准到位、品牌深耕久久为功、消费需求持续释放，才能让这份城市“香味”愈发醇厚绵长，推动首店经济从短期热度转化为长期增长动能，为马鞍山经济社会高质量发展添砖加瓦。

艺术创作绝不能触碰生态底线

安徽

近日，多位鸟类摄影爱好者发帖质疑，湖南岳阳君山山景区“国际芦苇艺术节”中的巨型镜面艺术装置“浮土”，未设置任何防撞措施。在候鸟云集的洞庭湖区域，极可能成为伤害迁徙候鸟的“隐形陷阱”，引起广泛热议。

洞庭湖作为东亚至澳大利西亚候鸟迁徙路线上的关键廊道。2025年1月，当地记录到洞庭湖区越冬候鸟超45.6万只，创历史新高，其中不乏青头潜鸭、黑脸琵鹭等珍稀濒危物种。而9.5米高的巨型镜面艺术装置“浮土”恰好处于许多鸟类常用飞行区间。

艺术创作绝不能触碰生态底线。目前该艺术装置已被拆除，并且经检查，自活动举办以来，作品周围未发现过鸟类撞击、伤亡的情况。及时止损值得肯定，并未有鸟类伤亡更值得庆幸。

在候鸟核心栖息地设置高反射装置，本质上暴露了项目环评流程的疏漏与生态考量的缺失。自然保护

区是各类生物赖以生存的家园，艺术作品在此类区域创作，首要前提是不得对生物及其栖息地造成任何影响，这是不可逾越的红线。环评不仅是程序要求，更应成为生态安全的“防火墙”，任何涉及敏感生态区域的项目，都需把生态影响评估摆在首位。

生物多样性使地球充满生机，也是人类生存和发展的基础。《湖南省湿地保护条例》第十四条规定在洞庭湖开展活动应合理控制活动规模和强度，避免影响鸟类正常觅食和繁殖。这些政策并非束缚艺术创作的枷锁，而是划定生态红线的标尺。艺术的价值不在于标新立异的形式，而在于传递人与自然和谐共生的理念。文旅开发与艺术创新应与生态保护同频共振，以生态承载力为前提实现共赢。

洞庭湖的芦苇荡，是候鸟的家园，而非艺术实验的“真空区”。将生态保护置顶，让艺术创作、文旅开发都在生态红线内有序开展，才能彰显艺术之美。

据人民网

画里话

莫让流量压倒安全

2025年10月开始，湖南张家界七星山第二季荒野求生赛，凭借“极限运动+话题营销”火爆出圈。但两个月后，却以“8名选手被紧急带下山，平分奖金”的方式，按下了暂停键。去年以来，国内有近10场类似的荒野求生赛事，多场草草收场。

一度靠高额奖金诱惑、巨大流量加持的“荒野求生”类赛事，在多地迅速蹿红之后，又因“遭遇持续低温”等原因纷纷停办，暴露出赛事组织者的草率和浮躁心态。

荒野中隐藏的各种安全风险，威胁着参赛选手生命安全。赛事流量的诱惑再大，也不能冲击安全底线。以忽视人身安全为代价、追求刺激吸睛的“荒野求生”流量，注定是昙花一现，不会成为持久“留量”。

图/记者 吴佩琪 实习生 潘安琪 文/刘雅董 田金文



唠两句

做好“关键小事”这篇大文章

本报评论员 戎小平

据《安徽日报》报道，新年伊始，我省召开专题会议，研究部署全省生活垃圾分类工作。目前，全省生活垃圾分类资源化利用率、回收利用率分别达87%、37%，均高于全国平均水平2个百分点；已建成生活垃圾分类投放点2.6万个，基本实现城市建成区居民小区全覆盖；建成748个转运站，设计转运能力4.5万吨/日，满足生活垃圾转运需求。下一步，我省将以钉钉子精神抓实抓细垃圾分类这篇“关键小事”，努力办成德政工程、民心工程。

党的二十届四中全会审议通过的“十五五”规划建议提出，完善资源总量管理和全面节约制度，提高垃圾分类和资源化利用水平，促进循环经济高质量发展。我省以钉钉子精神抓好垃圾分类工作，

这不仅是对中央号召的响应，更是以“关键小事”为支点，撬动城乡治理现代化的一次深刻实践。

垃圾分类看似日常琐事，实则牵动城乡治理的全局神经。它一端连着千家万户的生活习惯，另一端系着资源循环利用、生态环境保护乃至碳达峰碳中和的国家战略。我省将其定位为“德政工程、民心工程”，正是看到了这项工作的多重价值：它不仅是改善人居环境的卫生工程，更是提升公民素养的教化工程，优化资源利用的经济工程，促进社会文明的社会工程。

垃圾分类的成效，植根于每一个细微的源头。一方面，要通过科学测算与动态调整，优化设施布局，在景区、车站等人流密集区域，增加分类收集容器的密度和可及性。另一方面，要着力推动垃圾分类深入家庭，出台激励政策，对购置分类设备

给予补贴，并通过社区指引、活动与积分奖励，让垃圾分类更可知、可行、可获益。此外，要做好宣传教育，通过“大手牵小手、小手拉大手”推动全民参与垃圾分类。家长应以身作则，通过日常正确分类示范，让孩子在耳濡目染中形成自觉。同时推动垃圾分类知识进校园，通过黑板报、主题班会、趣味游戏等方式寓教于乐，实现“教育一个学生，带动一个家庭”，让垃圾分类真正从“要我做”转变为“我要做”。

垃圾分类，不仅要分好更要管好。从垃圾产生的源头到末端，都要将精准分类的要求贯穿始终，杜绝执行中的形式主义和装运处理过程中的简单粗暴，避免出现“市民把垃圾分了类，到后期处理过程中又混在了一起”的尴尬，这离不开监管的力量，也需要科技的赋能。通过“人防+技控”，构建生活垃圾分类全流程智慧管理平台，切实提升城市精细化管理水平。

垃圾是放错了地方的资源，绝不能止步于分类投放这个“前半程”，还要做好“后半篇文章”：通过系统化、科学化的回收、运输、处理与再制造，将分类好的垃圾转化为可用的原材料、绿色能源或生态产品。唯有让分出的每一类垃圾都物尽其用，找到其回归经济与生态系统的“正确位置”，垃圾分类才能真正释放出环境效益、经济效益与社会效益，从一项环保行动升华为推动可持续发展的系统性工程。

我省以钉钉子精神抓垃圾分类，钉下去的是责任与担当，钉出来的是美好生活与绿色未来。这项“德政工程”最终能否赢得民心，取决于每一个环节是否落到实处，每一位居民是否付诸行动。唯有持之以恒，方能久久为功，让垃圾分类真正成为江淮大地上的新时尚、新风景。

留言板

“马上新闻”微信公众号：凌晨4点的马鞍山，城市还在沉睡，湖南南路的马钢中心食堂，却已灯火通明。55岁的余江莲师傅用30多年的晨昏将一个普通的大肉包揉进了马鞍山人的集体记忆……

网友“※蠢蠢大猫※”：味道确实不错。作为马鞍山女婿，对马钢的印象是从这个包子开始的。

“马上新闻”微信公众号：近日，马鞍山市公安局水上分局成功破获一起企业生产物资被盗案，抓获2名“蚂蚁搬家”式盗窃的嫌疑人。令人啼笑皆非的是，两人每次得手后，竟还互发赃物照片，攀比谁的“战果”更丰。

网友“子龙哥哥”：什么都比，只会害了自己。

“广播马鞍山”抖音号：1月21日傍晚，马鞍山的天空出现一道分割线，天空下方像群山环绕。

网友“狮头”：昨天我妈喊我看，我告诉她这是龙，哈哈。

“马上资讯”抖音号：1岁宝宝独自开门“溜”上马路，热心司机停车守护寻找家长。孩子父亲：想起来都有点后怕。

网友“明天艳阳”：这娃打小就有一颗勇闯天涯的心。o(∩_∩)d

