

# “轻相亲”折射青年情感新需求

“恋综式旅行”、线上打卡、线下社群聚会……你听说过“轻相亲”吗?最近的一项调查显示,1339名受访者中,73.9%表示周围有青年尝试过兴趣互动式的“轻相亲”活动,其中62.2%的受访者认为这种新的形式氛围轻松,减少了尴尬。

相比传统的相亲流程,“轻相亲”更注重互动性。比如,许多高

校中流行的“一周CP”等线上配对打卡活动,往往需要双方共同完成一系列任务;读书、美食、运动等兴趣交友社群本为同好们提供了轻松自然的氛围,碰撞出爱情的火花并不意外;部分受访者提到自己期待旅游形式的相亲,认为美景夹杂着矛盾,最能深入了解一个人;线上的恋综和线下的“王婆”,同样赋予“媒人”这

一角色新的含义。丰富的互动勾勒出立体鲜活的同龄人形象,即便并未走到最后,也能帮助年轻人拓宽社交范围,培养兴趣爱好,交到更多志同道合的好朋友。

说到底,年轻人面临的恋爱乃至婚姻焦虑是个系统性的问题,压力不仅源于相亲试错的成本,也有社会观念、职场生活的影子,让许多人不敢

跨出第一步。整治“天价彩礼”“落后婚俗”等不正之风,家长尊重年轻人自己的决定,用人单位为年轻人留出“下班谈恋爱”的黄金时间,落实婚姻消费券、生育补贴、普惠托育等一系列政策红利……这些努力与“轻相亲”一道,凝聚起解决年轻人“终身大事”的合力。(摘自《南方日报》4.1 默达/文)

薛凤祚是明末清初著名的天文学家、数学家。他天资聪慧,熟读四书五经。有一次,薛凤祚与父亲及其友人闲坐庭院喝茶,时值早春,园中景色宜人,薛凤祚突发灵感,提笔写下一篇文章。文章富有生趣,赢得众人称赞。薛凤祚顿时得意起来:“庭院阔大,有用之人寥寥。”说完,眼神瞥向立于庭院中的家丁们,意指他们粗鄙庸俗,乃无用之人。

父亲察觉到了儿子的狂妄自大,但他没有当即表态,而是起身邀请众人游园观景。园中有一条河,河面有一座三尺宽的小桥,众人过桥之后,父亲喊来家丁,打算拆除小桥。“足下只有三寸宽,显然桥面三尺过于浪费了,只留下三寸足矣。”未及他人开口,薛凤祚率先提出异议:“拆不得。三尺桥走着稳当,按您所说拆掉之后岂不成了独木桥?过桥难度必定翻倍。”“可是我们走在小桥上时,只占用了三寸宽,其余的不是没有用吗?”父亲假意反问道。

“怎么会没用呢?作用很大呢。”薛凤祚解释说,“虽然足下只有三寸,然而若拆除二尺七寸,仅留下立足的三寸,我敢保证,众人皆会落水。”父亲点点头,别有意味地看着薛凤祚说:“这么说,多余的二尺七寸并非无用,而是在为足下三寸默默地提供支撑,对吗?”“没错,确实如此。”薛凤祚回答道。说完,他突然意识到了什么,喇地一下红了脸。

此后,薛凤祚一改自满之气,变得谦逊稳重。他远游四方,虚心向人请教学习,集众师之长,终成学贯中西的天文学家。

(摘自《环球人物》乔凯凯/文)



画与理

慧不伤,爱花之道,是赏而不伤。(摘自《思维与智慧》田志仁/图、文)

## 钓者之禅

《老人与海》描写了一个经验丰富的渔人在船上架起钓竿,抛下钓饵,漂流了几十个昼夜,终于捕得一条大鱼,打破了渔人的纪录。这个伟大的渔翁抛出钓丝以后,水面以下,属于命运(因为不知道什么时候有鱼上钩,也不知道上钩的鱼会有多大);水面以上,属于意志(他要端坐船尾,昼夜守候,虽然极其辛



有所悟

苦,也决不放弃)。在人际交往上,美国心理学家艾伯特·梅拉宾提出7-38-55法则。这一法则指出,人们沟通中仅7%的信息通过语言传递,38%通过语气传达,而高达55%的信息则依靠身体语言。这一法则揭示了非语言沟通在人际交流中的重要地位。

从职场领域来看,求职者在面试时,即便准备了再精彩的话术,如果眼神游离、坐姿懒散、手势过多且不得当,这些负面的身体语言很可能让面试官对其印象大打折扣。相反,那些能够面带微笑、眼神专注、身姿挺拔且适时运用恰当手势的求职者,往往能展现出自信与专业,更易获得青睐。

在商务谈判中,一方代

表如果语气生硬、表情冷漠,即使提出的条件合理,也可能引发对方的抵触情绪,导致谈判陷入僵局;而善于运用温和且坚定的语气、配合真诚的表情与得体的肢体动作的谈判者,往往能营造良好氛围,推动谈判顺利进行。在情感关系方面,情侣之间的交流也充满了非语言沟通的微妙之处。当一方疲惫或不悦时,一个默默的拥抱,可能比千言万语更能传达关心与爱意。家人相处,父母对孩子的一个鼓励的眼神、孩子对父母的一个亲昵的依偎,都在无声地诉说着情感,强化着亲情纽带。在日常社交中,朋友聚会,一个热情的挥手、一个开怀的大笑,就能迅速拉近彼

## 如是说

忧虑就像为自己不想要的东西祈祷。

——微博语录

人的外表,其实什么都不是,皮囊而已,在时间里,皮囊终会老去,最后所有的光鲜都会被褶皱吞噬,而灵魂不会,这灵魂里包括你走过的路,经历过的事,还有你一生的思考。

——王小波

匿名和虚拟不是“张口就来”的理由,道德和法治才是“言由心生”的前提。

——不以语言暴力为武器,要用理性和善意做盾牌

性,是不能改的;命,是不能换的;时,是不能留的;道,是不能塞的。只要得了道,什么都行,可是如果失掉了,那就什么都不行。

——鲁迅

(摘自《新周报》)



有所思

## 梅拉宾法则的启示

此距离。而在交流时,如果心不在焉、东张西望,就会让对方感到被忽视,影响友谊的发展。

梅拉宾法则提醒我们,在沟通中不能仅仅关注语言内容,更要重视语气的把握和身体语言的运用。我们应努力提升自身非语言沟通能力,通过训练自己的表情管理、肢体动作协调性以及语气的控制,使自己在沟通中能够全方位地传递积极信息。同时,我们也要善于观察他人的非语言信号,从而更精准地理解他人意图与情绪,避免误解与冲突。只有这样,我们才能在人际交往的舞台上更加得心应手,收获更和谐、美好的人际关系。(摘自《今晚报》西道明月/文)



有所思

# 数千元一根的玉米,谁在为“天价”买单

十元至千元 价格“很难评”

所谓文玩玉米,是采收爆裂、宝石、琉璃、草莓等品种的成熟玉米,经过灭虫、上胶、装饰等工艺制成。记者在北京潘家园古玩市场询问了几乎所有文玩玉米商贩,成品文玩玉米的价格从50元到1780元不等。商贩们把普通的文玩玉米放在地摊上,价格贵的“高货”,则收在身边的木匣子里。

有商贩详细介绍手里一根500元的文玩玉米:“您看这型儿,这色泽,这血丝,这做工,值这个价儿。”他用手电给玉米打光,晶莹剔透,着实好看。但问他为什么网上能卖接近万元的高价,他一抿嘴一皱眉:“网上的价格,很难说。”

网上的价格确实难评,记者转战线上,各类网络平台都有兜售文玩玉米的商家,但价格落差之大超乎想象。一个配招桃花手串的高定文玩玉米,售价4800元,在直播过程中,销售者如此形容:“宝们,看这润透感,奶敷敷的一小根。配的是淡水小珍珠,太润气了,有喜欢的不要错过啊。”



“7800(元)一根的玉米到底谁在买?”近日,文玩玉米冲上热搜,成了文玩市场的新宠。

同一店铺,还有一个七彩宝石文玩玉米,售价8800元。

除了“高货”,同一平台也有售价百十来元钱的便宜货,毛料更是便宜,1根10元以下的,比比皆是。

既能当文玩 也是“磨牙棒”

有喜欢毛料的玩家透露,同样是爆裂等彩色玉米品种,使用“文玩玉米”和“仓鼠磨牙棒”搜索,得到的价格会完全不一样。在同一平台,记者用“文玩玉米”搜索,毛料的价格一般是5根20元左右。而用“仓鼠磨牙棒”搜索,价格一般是5根8元左右。在一家仓鼠磨牙棒店铺评论区,很多客户都自称是“买来当文玩玉米盘的”。

海东是北京的鲜食玉米种植户,2018年,有朋友拿给他一点文玩玉米的种子。“这种玉米必须等苞叶完全干了之后才能采收,成色好的确实

卖得贵,但好多都是炒作。”海东收获的少量文玩玉米,最后都送了人。据他了解,附近的玉米种植户还比较冷静,没有大面积种植文玩玉米。

李博是资深的文玩爱好者,十多年前经营文玩核桃。“文玩玉米其实跟核桃、葫芦很像。”记者查到,文玩核桃和葫芦都曾经卖到过几十万元的天价,李博如今不再经营文玩核桃,“没办法,客户从你手里买的时候几万元一对,没过两年跌到一两千元钱,这市场就没法做了。”

因为市场不稳定,有商贩想出新玩法——开盲盒。潘家园的文玩玉米盲盒,10元钱一个。直播平台上,有商贩从晚上8点直播到第二天凌晨3点,就是不断地开盲盒,玩家在直播间下单,100元开5根。

# 名烟拆盒短视频的非法生意经

以“拆盒分享”的名义发布香烟展示视频,视频中标明“网上买的‘口粮’”“半价”等字样,只要有人在评论区留言询问价格和购买方式,马上就有人私信邀请加好友,引导网友在私信里交易香烟。近日,记者调查发现,此类隐瞒传播烟草内容、诱导线上烟草交易的短视频在各大社交平台很活跃。

假烟草包装成“稀有货” 名烟半价就能买到

所谓“香烟拆盒”,就是对知名品牌香烟进行拆盒、展示。这类视频一般不超过20秒,发布者将香烟称作“口粮”,标题打上“日常拆盒分享”“无不良引导”等标签,并声称香烟是网购的,价格便宜,“半价”“一年可省一间房”。

记者在展示香烟的短视频下方留言后,私信消息不断,除当晚收到的19条私信外,连续4天,均有账号发来邀请。记者加上几个好友后,有人立即发来卷烟价目表,表示全国均可邮寄。这些价目表

中,中华、黄鹤楼、玉溪、和天下等知名卷烟品牌都有,价格较市场价低出不少。以软中华为例,每条价格在240元至280元不等。

“这个价格进货都进不来,我们进一条软中华都得600多元。”北京一家有烟草专卖零售许可证的零售店工作人员说,“而且我们是不允许在网上售卖的,跨省市更不行。”

当记者向网上的卖家询问香烟真假时,对方并未正面回答,只说“口感和超市卖的一模一样”“抽不出真假”等。有卖家告诉记者,这些烟来自越南代工厂,是“免税烟”,甚至有人直言是走私。

“就算是进口烟,也必须通过烟草专卖公司才能进,其他途径进不来。所谓的‘越南代工厂免税烟’,一般都是走私进来的。即便是真正的烟草公司授权生产,因为是通过走私途径,依然违法。”中国控制吸烟协会公益法律专业委员会副主任委员兼秘书长李恩泽表示,基本可以认为这些

人卖的是假烟,卖假烟可能构成非法经营罪或销售伪劣产品罪。

网友在网上购买香烟,是否也会面临法律风险?李恩泽表示,“若是用于自己消费,应该没问题。但如果买的数量较大,要跨区域运输,或者买了再倒卖,就有法律风险。”

举报维权困难 需多部门联合治理

3月12日,记者拨打举报热线对此事进行举报。次日上午接到北京市海淀区烟草专卖局相关工作人员的回电,工作人员表示,网络售烟确属违法行为。消费者在网上买到香烟,如果想要鉴定真假,烟草专卖局可以提供鉴定服务;但要想追究卷烟来源,比如查ID地址、网络销售记录等,烟草部门没有相关职权。

该工作人员建议,遇到此类情况,可以向有相关执法权的市场监管部门和公安部门举报,或者通过平台举报,向其提供相关证据,由平台进行处理。如果向市场监管部

开盲盒“有瘾” 应控制消费

“开盲盒有瘾。”记者在社交媒体上,看到很多玩家如此描述。在直播过程中,卖家不断地拿出成堆的玉米,引导玩家开盒。随着不断的玉米购买,一根又一根的玉米被剥开,露出各种成色的玉米棒,也就是毛料。

“这辈子再也不碰毛料了。”有玩家说,买回家的毛料,因为没有做灭虫处理,长了虫子。还有人用微波炉灭虫,结果玉米变成了爆米花。

“想出,有人要吗?”不断有玩家在社交媒体发文,想出手文玩玉米。记者与其中几人交流,有人反映,已经花费了上万元。但是,打折再多,有时玉米也不太好出手。

李博认为,文玩玉米没有一个客观的定价标准,不适合收藏,更不能期待升值。“文玩玉米、核桃具有相似性,有人追就会涨,但是一旦跌下来,就再难上去了。百十来元钱,当个娱乐消遣可以,别花太多钱。”(据北京日报客户端4.2 孙毅/文)

门举报,一般该部门会找到平台,调阅交易记录等信息,根据实际情况追究相关人员的法律责任。他同时表示,网上发布传播关于烟草的广告也是违法行为,由市场监管部门负责处理。

不过,记者3月13日上午拨打12315向市场监管部门反映情况时,接线员表示,需要提供被举报方的公司名和注册地,若无法确定网络售烟是个人行为还是公司行为,市场监管部门也无法核实。如果卖家是个人销售行为,市场监管部门无法受理,即便是提供对方的社交平台账号名,市场监管部门也没法去查。“建议市民通过协商或者司法途径维权。”

“简单来说,烟草局管的是烟,市场监管局管的是广告,公安部门管违法犯罪,网信部门管互联网等,这已经涉及多个部门了。单个部门去办确实存在困难,只有形成紧密合作,才能精准治理。”李恩泽说。(摘自《新京报》3.16 叶红梅/文)