

■有感而发

人生海海，不止高考

徐行

现在正是高考填报志愿的时候，万千家庭的心随之起伏。分数揭晓的时刻，欢笑与泪水交织，欣喜与遗憾并存。

然而，当目光被分数牵动之时，不妨将视线投向更广阔的人生天地。高考这张试卷，方寸之间，如何装得下天地之宽？人生数十载，又岂会被一次落笔定格？分数标注的是此刻的学识深浅，而十余年苦读真正淬炼出的，是刻进骨血的精神底色与终身成长的内力。

清晨催人的闹铃，深夜不熄的台灯，摆成小山的试卷，背了又忘、忘了又背的知识点……这些看似枯燥的日常，却藏着最真实的淬炼。汗水磨出意志，笔尖练就思维，笔记沉淀定力。那份韧性、自律与专注，远比成绩单上的数字，更经得起时间检验。

有人说，“真正的人生难题不会像考卷那样，只有ABCD四个选项，而是会有EFGH无数岔路。”这个世界，从不以一时成败论英雄。有人与心仪的大学失之交臂，却在职场寻到热爱，终成行业翘楚；有人去了未曾向

往的学校，却在那里遇见了改变一生的师友；有人阴差阳错选了不喜欢的专业，却意外发现了毕生所求。无论是金榜题名还是一时失利，不同的分数指向不同的路径，每条路上都有独一无二的风景，无需比较，更不必假设。

分数只记录此刻的位置，无法决定最终抵达的远方，也预判不了往后的际遇。文凭只是一块敲门砖，过硬本领才是立身之本。三百六十行，行行可立身；万千普通人，人人能出彩。真正的成长，是不断努力、终身向上，在平凡岁月里活成独属于自己的一束光。

人生海海，不止高考。无论手中的分数如何，请接纳结果，勇敢出发。高考有收卷之时，奋斗却无截止之日。一场高考，检验的是书本积累，往后数十年的漫漫征途考验的是心性 & 担当。人生的高光时刻不只这一次，只要你保持少年的拼劲，步履不停，终会遇见越来越好的自己。

人间万千路，一时得失，皆是序章，不惧风浪，自有归途。漫漫人生，精彩才刚刚开始。

■街谈巷议

一朵荷花让文化遗产鲜活起来

石文

“这还是我认识的徐州吗？”近日，云龙湖荷花主题文化体验活动刷屏短视频平台，一句网友发自内心的惊叹，道出了徐州文旅带给大众的全新惊喜。古风NPC撑伞泛舟荷塘，竹筏实景演绎复刻诗意画面，烟火氤氲的荷花市集人气满满，整场活动实景还原苏轼笔下“曲港跳鱼，圆荷泻露”的彭城夏景，为城市文旅创新发展写下生动注脚。

荷花能玩出什么新花样？云龙湖景区给出了令人眼前一亮的回答。长久以来，河湖山水、园林风光大多停留在静态观赏层面，风景秀丽却缺少互动感与氛围感，游客只能远观山水，难以共情城市背后的历史底蕴，文旅资源优势没能完全转化为游玩体验优势。

此次荷花主题文化体验活动跳出单纯赏荷的传统模式，以苏东坡千古词句为叙事主线，依托云龙湖原生湖景，将诗词意境从纸面搬到实景之中。水上竹筏演艺复刻宋式风雅，一步一景皆是古韵；特色荷花市集融合非遗文创、本土风物，兼顾国风雅致与市井烟火。抬眼可见的美景、触手可及的文化、身临其境的体验感，让沉睡

的文化遗产鲜活了起来，也让自然风光有了独特的文化内核。

如今，文旅消费早已不再局限于走马观花的浅层观光模式，沉浸式、体验式游玩成为主流需求。如何将文旅资源转化为可进入的场景、可参与的互动、可带走的情感，比单纯依赖山水禀赋更能触动人心。

真正优秀的文旅创新，是让文化自己开口“说话”，让历史自行“走”出来，让游客在不经意间成为故事的一部分。

文旅创新的核心密码是立足自身文化基因，用当代语言重新讲述城市故事。云龙湖这次荷花主题活动的“出圈”，正是对“以文塑旅、以旅彰文”理念的生动实践。徐州坐拥两汉文化、苏轼文化等多重文化富矿，缺的不是资源，而是把资源“翻译”成当代人愿意买单的体验场景。

文旅竞争的下半场，拼的是场景的创意、文化的深度和体验的颗粒度。期待更多这样的创新探索涌现，让徐州的魅力被更多人看见、记住。

■热点观察

深耕本土，让情绪消费持续升温

郭旭雯

从彭城七里NPC实景沉浸式互动体验，到各大商圈持续走俏的潮流盲盒，主打情感价值、为情感慰藉和生活仪式感付费的情绪消费业态，已在徐州遍地开花。

数据显示，2025年全国情绪消费市场规模突破2.7万亿元，预计2029年超4.5万亿元。面对这条万亿赛道，徐州须立足本地，推动政府、企业、消费者同向发力，让情绪消费成为撬动内需的持久动能。

加快地域文化与创意体验融合，让情绪消费“有底蕴、有标识”。徐州拥有两汉文化、彭祖养生等独特资源，本地企业要跳出短期逐利思维，深耕文化内涵，将地域符号转化为可触摸的情感载体。例如，汉服体验馆可与徐州博物馆联动，开发“深度还原历史妆造”等故事性项目；彭城壹号、苏宁广场等商圈可开设“汉风国潮”主题快闪店，把汉服走秀、投壶雅集等互动体验植入日常消费，让文化为情绪消费注入灵魂。

推动市场下沉与普惠布局，让情绪消费“有覆盖、有温度”。情绪消费不是中心城区年轻人的专属。县域商业综合体可主动对接市区已获市场认可的网红餐饮、文创手作等业态，邀请品牌下沉或引进同类商家，复制成熟运营模式。实践证明，借力现成经验能大幅降低试错成本，成功率远高于从零起步。同时，结合乡村生态资源，开发“田园疗愈”“农耕手作”等场景，既为市民下乡提供去处，也为农民就近参与创造机会，让情绪消费红利惠及更多人群。

涵养理性消费文化与公众判断力，让消费者“不跟风、不逾矩”。消费者要增强风险意识，不盲从网红推介，不因攀比过度消费，尤其在盲盒抽选等冲动场景中，要量入为出、适度悦己，树立务实消费观。同时，依托社区开设消费理财小课堂、二手物品交换集市等活动，让理性消费意识在潜移默化中扎根。

情绪消费抚慰的是人心，考验的是治理智慧。让这条万亿赛道在徐州行稳致远，需要政府正确引导、企业深耕品质、消费者保持理性。三方同向发力，徐州情绪消费才能从“一时热”走向“持久热”，成为扩内需、惠民生的持久动力。

