

一张卡片 一份承诺 陕西小伙“爱的约定” 得到网友广泛响应

本报4月3日以《爱的约定》为题,报道了陕西小伙赵晨加入“在外互助父母协议”,制作“拍拍卡”并联合志愿者面向全国发起“与子协老志愿者计划”,得到网友广泛响应,相关话题在各个平台持续发酵。4月8日,记者与赵晨及多位志愿者面对面交流,了解这项助老行动的现状和未来设想。



▶赵晨(左二)和志愿者们为第四批“拍拍卡”的邮寄工作做准备。

客厅成了“工作区”

4月8日上午,记者在咸阳市一处居民小区内见到赵晨。他家的客厅里摆满了各类志愿者物料:拍拍卡、协议书、车贴、信封、邮包纸箱。几位志愿者分工协作,正在打包当天要寄出的物料包。
“我家客厅现在成了打包区。”赵晨介绍,物料多的时候,他的父

母、妻子和女儿都会来帮忙。记者看到,几箱包裹已经贴好了地址标签,将陆续寄往山东、江苏、四川等地。“后台提交申请,我们集中审核,定期打包发出。”赵晨说。

赵晨制作的“拍拍卡”,是一张标有“可协助老人”字样的红色小卡套,里面有由律师团队审核

过的“在外互助父母协议签约书”以及专属编号。签约书的目的在于让年轻人获得心理认同,并知晓助老过程中的注意事项。佩戴“拍拍卡”的目的是让老人们在街头、公交、地铁口等场所,能够轻松看见可求助对象,安心“拍拍”对方获得帮助。

从网络呼吁到现实行动

在客厅里忙碌的志愿者魏鸣,是通过短视频了解后主动联系加入的。他说,自己在车窗贴了可顺路搭载老人的“协老车厢”标识后,不时会有老人询问搭乘。“有一次,一位老人拎着米和油敲我车窗,说实在走不动了。我正好顺路,就载他一段。他连连道谢,其实我只是举手之劳。”

另一位志愿者孙凯是一名建筑监理,平日穿梭于西安和咸阳各个工地之间。他把“拍拍卡”挂在背包上方方便识别,在日常生活中也会主动留意身边的老人。“有次在地铁口看到一位老人拎着行李站在台阶前不知所措,于是我上前帮他搬行李、买票。这样的事做多了,就会把帮助别人这件事自然地融入日常生活中。”

据赵晨介绍,目前已有数千名志愿者通过网络申请加入,他们遍布全国各地。“我们会有初步的资格审核,但不组织集中活动,就是希望每一份物料都能发放到真心认可并愿意践行计划的人手中。同时我们也呼吁每位志愿者都能在日常生活中,随时做、主动做,将助老融入生活习惯当中去。”

商家加入助老行列

除了个人行动,一些商家也加入助老行动中。记者昨日下午在咸阳市秦都区华宇蓝郡小区附近的一家餐馆看到,门口张贴着“助老驿站”标识。一位结束购物的老人正在店内歇脚,店铺负责人赵佳热情地为他倒上温水。

赵佳对记者说:“我不是咸阳本地人,父母在外地。我看到赵晨发的视频后就联系上他,他细心地做好电子版海报给我,然后我就打印出来张贴在了门口,烧壶热水,空出几把椅子,都是举手之劳。”
“这附近老人多,有时候他们买

完药、办完事,正好路过,可以歇一歇。”赵佳说,“能在社区里起个带头作用,也挺好。”

赵晨介绍,目前已有部分沿街门店,如理发店、超市、药店、餐馆申领并张贴了“助老驿站”海报,同时还会向进店的老人宣传这项计划。

“让城市变得更加有温度”

为了建立信任机制,“与子协老志愿者计划”还设置了志愿者备案制度。所有申请者须在线填写资料,签署“在外互助父母协议”。协议由法律专业人士参与审定,内容简单明确,强调志愿者量力而行、注意方式,并在力所能及、保护好自身安全的前提下提供帮助。

一张卡片,能否形成助老“微生态”?
志愿者魏鸣坦言,他加入时也没有想太多,但做了一段时间之后,身

边的人也受他影响加入进来。“我单位几个同事都申请加入了计划。有时候开车顺路送老人,搀扶老人过马路,事不大,但可以让让自己更开心,也可以让这个城市变得更加有温度。”

赵晨则表示,希望“拍拍卡”成为“助老生态”中的一环。他设想,如果能有更多社区门店加入“助老驿站”,更多行业的人加入助老行列,那么城市的助老爱老氛围自然会提升。

“我们不追求所有的‘拍拍卡’

发出去就一定能用上,但它在,就是一种信号——愿意帮助、可以求助。”赵晨说,他给自己定了10年目标,希望让全国100万志愿者张贴或携带“拍拍卡”,并形成基本的社会认知度和信任感。

目前,以“拍拍卡”为代表的“与子协老志愿者计划”还在持续进行中。赵晨每天都会接到新的申请,虽然忙碌,但他认为,“这件事值得坚持。”

文/图 本报记者 朱娜娜

更注重性价比 乐为学习买单 年轻人解锁消费新模式

与过去攥着现金逛商场不同,如今,越来越多的西安年轻人将数字消费融入日常——他们既能在直播间抢购非遗文创,也会用AR试穿对比运动鞋;既享受半小时送达的即时满足,又深谙跨平台比价精打细算。

新型消费 实现线上线下无缝对接

刚刚过去的清明假期,不少年轻人走出家门,投身骑行、露营、徒步等户外运动,让户外休闲装备成为网络热销品类。

游戏设计师陈宇晒出了他的装备:一款价格300元的自动速开帐篷、109元的折叠桌椅、70元的便携式烧烤架、56元的露营灯……这些户外装备来自三个不同的电商平台。

“不是刻意比价,是算法总能在我需要时推送最优解。”陈宇的手机里装了6个购物APP,其中有一个能够帮助他实现跨平台比价。一定程度上来说,这种“精准型消费”正在改写传统零售逻辑。

20年前,消费者买衣服需要去实体店挑选;10年前,可以在网上一键下单,数天后送货到家;在今天,同样是一键下单,半小时至1小时之内就可以收到商品。

“前几天和朋友一起出去旅游,收拾行李的时候发现自己的冲锋衣找不到了。于是赶紧在手机下单,半个小时就收到了。”市民曹燕分享自己的购物经历。

如今,依托数字技术,新型消费可以实现线上线下无缝对接。以即时零售、直播电商为代表的新型消费业态,正在重塑消费结构。

知识付费嵌入数字消费 年轻人乐为学习买单

广告策划师王阳的“多邻国”APP学习记录显示,过去半年他在通勤途中累计完成287次口语练习,地铁2号线成了他的“移动自习室”。“588元的年费看似不菲,如果换算成每分钟的成本,其实是可以接受的。”

如今,他每天坚持利用碎片化时间,跟着APP练习听力、口语,在一个个闯关式的学习任务中,他感觉到自己的英语能力在逐步提升。

以网络为平台,将知识、教育服务作为商品进行交易,近年来知识付费市场规模持续增长,用户规模不断扩大。

相关数据显示,2016—2022年,我国知识付费行业市场规模从26.5亿元增长至1126.5亿元,预计2025年市场规模将达2808.8亿元,用户规模将达6.4亿人。

“配色和动画都很高级,如果我自己做,大概要花费好几天时间,这6元花得值!”前段时间,30岁的西安上班族李俊买了一套演示文稿的模板。

根据交易数据,她购买的模板已有超100人次购买,设计上也将获得相应收入。这一小小的交易,正是知识付费在数字消费中的生动体现。

随着短视频热度升高,视频、直播类付费内容逐渐在知识付费领域占据重要地位。在算法加持下,受众更易接触契合需求的视频,降低了“人找课”成本。

初入职场的朱萌花了218元购买了为期一年的线上健身指导服务,“视频讲得细致,还可暂停、回放,教练会根据我每个月的情况制定运动和饮食计划,随时解答问题。”

数字经济 重塑消费场景

上个周末,23岁的游戏爱好者陈亚楠约上好友,原本计划前往电竞馆畅玩,途中却被曲江京东MALL吸引。在商场里的电竞体验区,高性能的游戏设备、舒适的电竞座椅,让他们大呼过瘾。

除了电竞体验区,店内还有十余个不同类型的免费体验区,涵盖咖啡、烘焙、美妆、家庭游戏、智能出行、养生按摩、衣物护理等领域,满足不同顾客的多样化需求。

“在咖啡体验区,顾客能亲自体验制作一杯咖啡,从选豆、选杯,到研磨、冲泡、调味,体验环节的这些商品均可在线上下单。”一位导购介绍。

如今,效率与体验不再是非此即彼的选择题。32岁的常军利用午休时间在电商平台选购运动鞋。浏览页面时,一双线条流畅的新款运动鞋吸引了他的目光。当看到商品详情页上“AR试穿”的标识时,他迫不及待进行了尝试。

按照提示,他将手机摄像头对准自己的双脚。刹那间,屏幕中的双脚穿上了那双心仪的运动鞋,效果极为逼真。随后,他又模拟了奔跑、跳跃等动作。

在这个过程中,常军能够清晰地看到鞋子与自己的服装搭配是否协调,以及鞋子在不同角度下的呈现效果。经过一番体验,他下了单。

这些看似寻常却又充满新意的消费模式,正是数字消费在西安年轻人生活中的映射。当传统消费场景解构为即时零售、知识共享、沉浸式体验的复合生态,数字消费便在不知不觉中引领生活方式发生新变化。

本报记者 石喻涵

数字消费寻“新”记

结婚启事



新郎 贾盛徽先生 ♥ 新娘 姚丹女士

于二〇二五年四月七日永结同心,长路携手,岁月悠悠,百年琴瑟,共赴白头。特此登报,敬告亲友,亦作留念。