



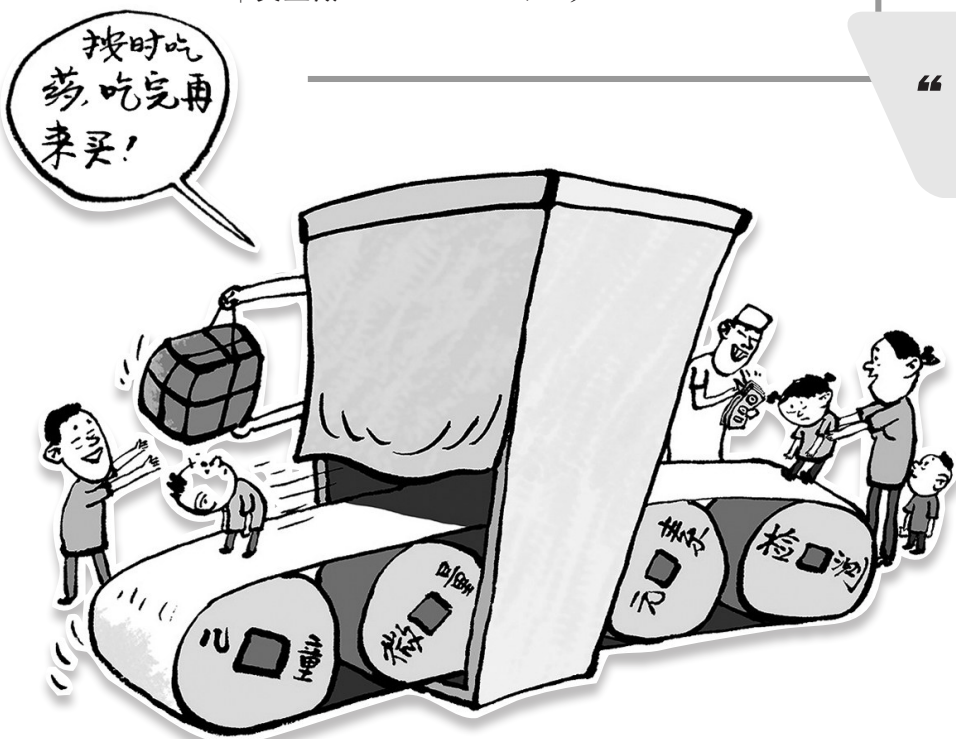
↑ 笑里藏刀

何 影



↑ 寒光惊现

戴继斌



↑ 商机

王怀申

## “刺客”出没 何以应对?

今年夏天,伴随着酷热的天气,“雪糕刺客”横空出世,并以其昂贵的寒光成功激起消费者的怒火,让许多人在“遇刺”时,直接把青红皂白写在了脸上。随后,“水果刺客”“奶茶刺客”“理发刺客”等一众“刺客”也逐渐暴露于人们的视野。

仔细想想,这些“刺客”是今年才有的吗?据国家统计局公布,2022年7月份,全国居民消费价格同比上涨2.7%。这个数字似乎无法为“刺客”的突然出现做背书,那消费者的普遍性“遇刺感”从何而来呢?答:环境变了。迟迟不散的疫情加剧了全球化的消解,人与自然的相互作用环环相扣,却又难以受人操控,以往的人际冲突范围不可避免地扩大了。过去,人们对大宗消费品的价格很敏感;如今,日常消费品也能轻易触碰我们的神经了。环境变残酷了。

那我们该怎么办呢?达尔文说得好,物竞天择、适者生存。改变,是我们唯一的选择。因此,无论是消费者还是经营者,都应该审视自己以往的消费习惯和经营策略,不能只从自身角度出发,要多从社会责任和环境责任的角度去思考,从而做出改变。减少冲动消费和过度消费,停止盲目扩张和无序扩张。多、大、全未必代表正向发展,也可能成为压垮我们的“杂草”。

或许此刻我们会更清醒地意识到,“可持续发展”不是高高在上的口号,它会践行于当下人们理智的行动中,护卫着顺应时代做出改变的人越过越好。

### 小编笔记

→ 开盲盒

沈海涛



← 捉迷藏

鲁楠



电信诈骗没商量,  
高息揽储更猖狂。  
红包金券作诱饵,  
侵贪民财似虎狼。  
警钟长鸣擦亮眼,  
勤劳致富向康庄!

骗你没商量

画/李济川 诗/邹敬泉

