

业主自己演，这部短剧为啥动人

舟山晚报

小区业主“过把瘾”，拍出邻里共创短剧

招募仅三天，就收到103位业主报名当演员

□记者 姚静婷

当短剧浪潮席卷网络，长崎岛如心小镇走出了一条不一样的路子：不靠流量明星，没有狗血桥段，剧中绝大多数演员都是普通的业主，大家零碎参与拍摄，把家门口的学校、商业街、住宅等全部变成片场。

短短三天招募，就有103位业主报名，希望在镜头前过一把演戏的瘾，这部名为《第十八个夏天》的短剧，一共35集，每集两分钟，昨天被摄制组完成，在9月20日正式上线。没有铺天盖地的商业宣传，这部由邻里共同完成的尝试，让不少原本只是点头之交的邻居，在片场结缘，体会到小镇生活的别样温度。

跳出热血套路

做一部属于小镇家人的故事

如今打开各类短视频平台，不少短剧主打豪门恩怨、离奇反转，新近被全国观众热议的短剧《赘婿》更是如此。这样的剧情并不适合如心小镇。

“早在三年前，我们就萌生过拍业主短剧的想法，当时城市短视频的流量上百万，成本太高，计划暂且搁置。”如心小镇人李娟，是剧组行业策划，加上AI带来的冲击，如今短剧制作成本有所下降，他们再次想把想法付诸行动。

一开始团队考虑制作一部场场大、立意高昂的纪念短片，但内容偏严肃，缺少烟火气，大家转念一想，小镇最珍贵的财富，是在这里生活的数十户业主，不如用镜头记录他们，做一场业主共创的尝试。

几番打磨，剧本最终确定了围绕女业主的婚姻故事，故事围绕两个十八岁女孩展开，虽有身份地位的差距设定，但避免了刻板的人物塑造。剧中出现的女孩并不被标签化，普通女孩的片子也有闪光点，故事最终围绕“在琐碎中寻找温暖”的主题，有梗有笑点”受一拨好评。

剧中，小镇实景自然融入剧情，把居民日常生活风貌尽收眼底，就连剧组《第十八个夏天》，是业主们投票选出的。



他们带来的，纯粹是一群兴趣、业余人告诉记者，有位年轻业主为出演学生角色，还染了头发，拍摄过程中，他们在剧组也能感受到投入，最终他们只能遗憾告别，原因是剧组拍摄了不少的拍摄时间，业主们加入，拍摄大家这么和谐，心里感动又为，而这也为拍摄埋下了伏笔，“如果这次播出反响不错，我们可能就不记会再拍第二次业主短剧。”

昼夜赶拍磨事多
家人片场图见邻里温度

□闻武

短剧现在多是豪门恩怨、离奇反转，看多了也腻。舟山长峙岛如心小镇却换了个法子：103位业主零报酬参演，四天拍完，35集，每集两分钟，成本20万元，不投流、不造势。这部叫《第十八个夏天》的短剧，9月20日上线。它不算大制作，但比不少大制作有意思（《舟山晚报》9月20日报道）。

以前想拍部短剧，报价上百万。如今普通人拿起镜头讲自己的故事，不再是多难的事。但真正让它和流水线短剧不一样的，不是省钱，而是谁来

层出不穷的定制公交令人欢喜

□劳仁

9月18日起，舟山将开通小干岛夜间定制公交线路。每晚7点从浅水湾花园发车前往花溪公园，8点半从花溪公园返程，全程13.5公里，沿途设9个站点，周五、周六及节假日运行，单程票价5元（《舟山晚报》9月17日报道）。

近年来，小干岛夜间消费、滨海休闲的人气持续上升，不少市民反映晚间跨岛往返不便。民有所呼，公交有所应——一条定制专线，精准对接了夜间出行的核心时段。这种“你有需求，我开线路”的姿态，令人欢喜。

曾几何时，公交是“我开什么线，你坐什么线”。线路固定、班次固定、站点固定，市民只能去适应公交。如今，舟山公交正悄然转型：校园定制公交，把站点设在学生家门口，班次适配各校作息；企业通勤定制公交，服务高新区、东港产业园职工，早晚定向发班；文旅主题定制公交，在赏樱季、香会节期间上线；朱家尖

更推出全国首个全景区需求响应式智慧公交，手机下单、随叫随到。加上此次的小干岛夜间专线，定制公交已覆盖通学、通勤、文旅、休闲等多元场景，累计开通线路数十条。

从“人等车”到“车找人”，从“固定线路”到“按需定制”，变化的背后是服务理念的深层转型。公共交通的公益属性没有变，但服务方式可以更灵活、更精准。夜间出行是“小众需求”，常规公交覆盖不到，但“小众”不等于可以忽略。恰恰是这些被忽视的“小众场景”，最能检验一座城市的服务温度。

这种主动满足新需求、服务新场景的思路，值得更多服务行业学习借鉴。市场在变，需求在变，服务不能“以不变应万变”。多一些“用户思维”，少一些“我有什么你用什么”，服务才能走进百姓心坎里。

当公交不再“高高在上”地等乘客上车，而是主动走进社区、走进校园、走进园区、走进景区、走进夜色，公共交通才能真正成为市民的福利。定制公交层出不穷，百姓出行才能越来越从容。

激活“宝藏老人”流量 点亮舟山老街文旅新图景

□敬林

近期，绍兴书圣故里“宝藏爷爷”、深圳社区退休能人传艺服务的故事刷屏网络，银发匠人凭一手老手艺、一腔热忱成为街区亮眼名片，为老街文旅发展提供了全新思路（《舟山晚报》9月20日报道）。对拥有定海古城、沈家门老街、岱山东沙古镇的我市而言，深耕本土“宝藏老人”资源，让银发手工艺群体成为特色旅游元素，是盘活老街资源、擦亮海岛文旅招牌的有效路径。

老街古镇的灵魂，藏在烟火与手工艺之中。不同于千篇一律的商业化景致，祁尧根的竹编、徐仲华的画扇、丁关根的木作等匠人技艺，自带温度与故事感，成为古镇差异化亮点。我市众多老街古镇留存着渔家编织、传统木工、民俗手作等本土手工艺，不少退休长者深耕技艺多年，是行走的“非遗”。这些“宝藏老人”无须华丽包装，凭匠心坚守就能赋

予老街人文温度，打破网红景点同质化困境，形成独特的文旅吸引力。

让银发匠人变身旅游主角，能实现文旅增值与文化传播双向赋能。当前多地景区已通过匠人展演、手作体验、非遗市集等形式，让游客从观光打卡转向沉浸式体验。我市可借鉴先进经验，挖掘梳理辖区退休手艺人，将其技艺展示、公益传艺融入老街旅游动线。常态化开设渔家手工艺体验、古镇手作工坊、匠人故事宣讲等项目，把老人的一技之长转化为可观赏、可参与、可传播的文旅产品。

老城烟火因匠心更动人，文旅发展因传承更悠长。我市应立足古城老街特色，搭建匠人展示平台，打造“舟山宝藏老人”文旅IP，串联零散手工艺点位形成特色研学、体验线路。同时完善扶持机制，鼓励长者坚守传艺，让老手艺走出深巷、走进大众视野。以银发余热赋能老街活化，让舟山古镇既有古风古韵，更有人情匠心，推动海岛文旅实现高质量、特色化发展。

节日消费避坑 不能止于“提醒”



扫一扫，下载竟舟客户端

【为您提醒】这份假日消费提醒请查收

记者 陶涛 李远望 通讯员 陈刚

2025-9-25 19:31 675阅读



国庆、中秋“双节”将至，消费市场将迎来新一轮高峰期。如何让大家在吃喝玩乐中放心消费，日前，市消保委发布了一份保姆级消费提示，请大家及时查收。

□雷予晖

2026年中秋、国庆“双节”将至，商品、餐饮、旅游住宿等消费迎来高峰。近日，市消保委结合海岛节日特点发布消费提示，提醒市民游客理性消费，依法维护自身权益。

从往年情况看，几类典型陷阱极易在节日长假里冒头：海鲜排档“时价”模糊、称重缺斤短两、加工费隐形加价；热门民宿临时毁约加价、退订暗藏霸王条款；部分特产商家虚标产地、以冻充活。这些问题占节日投诉总量的六成以上。

市消保委结合本地消费特点发布消费提示，为市民游客梳理避坑指南，这一举措值得肯定。但从历年市场运行规律看，仅靠普通消费提示不足以消解节日消费的顽疾，唯有监管、商家、消费者三方同向发力，才能最大限度避免消费陷阱。

市场监管部门要把力量下沉到消费一线，针对景区周边、海鲜排档集中区开展节前专项巡查与节日错峰抽查，落实明码标价、“先看价后消费”等透明化制度，发现“鬼秤”、虚假宣传、隐形消费等问题督促整改、快查快处。经营者要压实守法诚信经营责任，不欺诈、不哄抬、不搞低价引流，把透明消费落实到预订、服务、结算的每一个细节里。消费者要摒弃盲目跟风、贪便宜心理，在消费时认真了解消费规则、仔细核对价格明细、保留消费凭证、遇到侵权行为敢于依法维权。

诚信公平经营，始终是节日消费的底色。只有监管到位、商家自律、消费者成熟，才能让“双节”消费少一些套路，多一些真诚，才能让节日真正成为百姓舒心、安心的美好时光。