

→ 察者看台

做好“智慧”功,促进“暖心游”

■李云勇

鼓励就地过年,全国各地“八仙过海”,出台了各项优惠政策,其中就有很多地方不约而同拿出了旅游优惠卡。旅游优惠卡要变身暖心爱民卡,这是新时代的必考卷,要多想一步,做好智慧功,我们才能答好,考及格。

减少卡限制,增加服务项。旅游优惠卡多有对节假日限制使用的规定,就有可能让优惠“口惠而实不至”。比如衡阳旅游年卡可以游览南岳衡山等著名景点,以前只对衡阳市民开放,这次发放给外地留衡过年的务工人员,就突破了原有限制。这还不够,可以再次突破,不妨让年卡节假日不受限,就要把相关工作做得更细更实一点,比如向本地民众发出倡议,把春节游览景点的机会让给就地过年的人群。

用好预约制,做好应急案。经过一年的防疫实践,景区预约制基本比较成熟,可以防止人员聚集;另一方面,用好大数据,也可以促使民众有序出游。比如假设景区1小时内可以接纳3000名游客,可以滚动实施播放可以进去游览的人员数量和时间要求。不仅仅是观景,还有连带吃住,都要提前做好统筹安排,可以让游客第一时间得到最暖心的解决办法。

打好时空战,让民暖心游。发展夜旅游,点亮景区美,还能点亮城市美。2020年国庆、中秋双节假期,国家5A级景区、武汉地标黄鹤楼首次开放夜间游览,反响良好。景区空间受限制,景区时间有潜力。黄鹤楼开启“夜游模式”,让旅游插上腾飞的翅膀,为国内

景区开辟出一条旅游发展新路来,各地应该当好后来人,总有一款暖民游。

打好智慧战,让民暖心游。熟悉的地方没有风景,关键是不会创新。旅游不仅仅是看景色,也是领略文化,学习文化,传承文化。留义乌过年人员春节期间景区免收门票,公共文化场馆及设施免费,成都举办了非遗艺术表演,让外来人员不返乡也能感受到节日的温暖气氛。这些都是创新旅游,让旅游文化与时俱进。让旅游人员有序分流,让旅游内容量质提升,智慧旅游,大有可为,前景无限美好。

让民暖心游的冲锋号已经吹响,我们要用好大数据,齐心协力向“智慧旅游”冲锋,让人“留得下、过好年”,从而为就地过年暖心游交上一份合格的时代答卷。

→ 新闻漫话

春节档检验的不只是票房

■刘晶瑶

截至1月31日,2021年电影春节档预售总票房达到了1.35亿元,其中正月初一单日预售票房突破了1亿元。目前,有7部影片定档今年正月初一。

7部春节档影片,是一道题材纷呈的文化大餐,更凝聚了无数影人的心血。观影爱好者关注预售榜单,为的是挑挑选选,找出哪部才是“心头好”,走进影院支持所爱。市场关注春节档预售,更看重亮眼成绩单的底色,并借由春节档探视全年票房增速回暖。

过去的2020年,中国电影市场经历了极不平凡的一年。受到新冠疫情“黑天鹅”重创后,国内电影市场率先实现V形反弹,下半年多部影片实现票房和口碑的双重成功,国庆档期全

国电影票房收获近40亿元,总观影人次近亿。内地全年票房首次超过北美,成为全球第一大“票仓”。这一成绩,离不开全国疫情防控的切实努力,离不开影院严格落实健康检测、场馆消毒、出入登记、接纳人数限制的防疫规定。

值得注意的是,疫情暴发前电影市场一度浮躁风盛行。乱象重重,投机者得利,却让深耕创作的影人伤心。

不能纵容劣币驱逐良币,理应正本清源。疫情,对于电影市场是危,更是机。一场速冻,冻掉的是“重颜值轻



演技,强宣传弱故事”的浮躁风,留下的是厚积薄发,沉淀积累后的佳作。

希望疫后重生的中国电影行业,能不负观众期待,持续贡献经得起时间检验的精品力作。

→ 有话就说

理性看待“医疗美容热”

■李红梅



“热玛吉”“水光针”“线雕”……眼下,不少医疗美容新名词逐渐流行开来。同时,割双眼皮、垫鼻子等传统整形美容项目仍然受到青睐。在爱美

意识的驱动下,一些人尝试通过手术、器械等医疗手段来变美,有的“00后”甚至未成年人也加入其中。然而,通过医疗手段进行美容,风险如影相随,来自消费者的投诉不断增多,给人以警示。

如今,医疗美容药物、器械快速更新换代,“无痛”“微创”“见效快”等广告吸引不少人走进美容机构。也应看到,有的人盲目相信非医疗美容机构的营销推广;有的人分不清医疗美容和非医疗美

容,认为有些医疗美容项目不需要去正规医疗机构……一些不实信息、不科学理念误导了消费者,容易让人忽视医疗美容行业隐藏的风险。

为遏制行业乱象、规范行业发展,我国持续开展打击非法医疗美容专项行动,出台了多部门联合的综合监管政策法规,取得了积极效果。面向未来,仍须凝聚合力、重典治乱,继续强化行业监管,进一步规范医疗美容服务行为。

在居民收入日益增长的今天,“医疗美容热”折射出人们对美好生活的向往。但应当牢记的是,美丽要以健康为基础,爱美不能影响身心健康;损害健康的求美不是美容,甚至可能毁容。树立正确的健康观,谨慎对待、理性消费医疗美容项目,才能规避风险、拥抱美好生活。

世相浅见

本栏点评 李 玲

1.最近有这样一则暖新闻:南京某企业员工庞先生1月初到石家庄出差,结果赶上疫情,抵达当天就被隔离。在酒店待了20天后,公司发现庞先生胡子拉碴、精神恍惚,担心他抑郁,火速成立了“隔离同事慰问办公室”,每天安排人远程陪聊、陪吃、开展心理疏导。网民纷纷为这家有爱的公司点赞,夸他们是良心企业。

点评:企业关怀员工成为新闻,从侧面反映了企业关怀属稀缺资源的职场现实。其实,网民的每一次点赞,都是对理想工作模式的一次“站台”。鉴于并非所有因疫隔离的人都能像庞先生这样幸运,也得给各地政府、各用人单位提个醒,在严格落实防疫政策的同时,也要像对待奋战在疫线的英雄一样。对于确诊者、被隔离者等群体,有更多体制机制层面的心理疏导和人文关怀。

2.近日,教育部办公厅发布《关于加强中小学手机管理工作的通知》,规定中小学生原则上不得将个人手机带入校园,教师不得用手机布置作业或要求学生用手机完成作业。虽很多网友留言表示“早该如此”,但叫好声中也夹杂着焦虑无奈。

点评:限制手机入校确有必要,然而,无论是家庭还是学校,不能因为看到限制就忽视了《通知》中“加强教育引导”“做好家校沟通”两节——这些内容的重要程度不下于前者。事实上,加强对中小学生使用手机的管理是治标,但如果中小学生思想认识之“本”不发生转变,那么没了手机还会有其他同类替代品。就算各个网络平台都推出青少年模式,对于这些“互联网原住民”又能发挥多少实际作用?因此,除了加强督导检查,确保《通知》关于限制手机入校的规定落实到位,家校双方需要共同努力,引导学生真正认识到,为自己的未来负责,就要适度合理使用手机。尤其作为家长,是时候放下在孩子面前玩手机的手,言传莫若身教。

3.重庆江北市民小蒋,去年5月认购了由重庆悦璟房地产开发公司开发建设商品房。“在此次购房过程中,该公司既没有主动向本人出示过该房屋周边不利因素的公示牌,还刻意隐瞒了该房屋周边有一个殡仪馆的重大购房不利因素。”小蒋说,她要求退房的诉求,近日在相关部门的协调下得到落实。这得益于重庆探索推行的“购房不利因素告知机制”。

点评:“购房不利因素告知机制”,像是给房产商念了一道履行告知提示义务的“紧箍咒”,可以约束房产商全面、准确、透明地宣传楼盘信息,让消费者充分了解楼盘及周边环境信息,购房知情权更加丰满。与此同时,也契合了合同订立需要遵循的自愿、平等、公平、诚实信用、合法等原则。可以说,“购房不利因素告知”有助于维护消费者的合法权益,也能有效减少购房纠纷。

→ 今日论坛

让健康成为春节的温馨底色

■何 娟

当前,全国疫情总体风险可控。平安健康是最好的祝福,统筹做好春节期间疫情防控和各项服务保障工作,才能让人民群众安心过年、健康过年。

疫情防控一头连着安全大局,一头连着万家喜乐,既是政治任务,更是民心工作。如何统筹做好疫情防控和春节期间经济社会发展工作,考验工作智慧,也折射治理理念。倡导就地过年必须注重结合实际,增强人性化关怀,在政策执行时既不能防线失守,也不能层层“加码”。依法制定春运期间的疫情防控政策,是为了尽可能降低疫情扩散的风险,绝不是要给春节团聚设置超出防控需要的障碍。多一些暖心举措,有助于更大限度凝聚战“疫”合力。

做好春节期间疫情防控工作,要在精准,贵在有效。正如国家卫生健康委新闻发言人指出的,对于北京市以外的省份,要做到“六个不”,不得随意禁止外地群众返乡过年,不得随意延长居家健康监测期限,等等。各级地方政府和相关部门应及时做好信息发布,分区分级精准施策。

2020年春节期间,各方面积极应对突如其来的疫情,宅在家、“云拜年”成为许多人的春节记忆。在2021年新春佳节来临之际,全社会共同努力,携手答好防疫这道考题,一定能让健康成为春节的温馨底色。