

观察看台

旅游景点应要“去美颜”

■朱俊屹

追求美景,是人心之所向。受他人鼓动前往,更是人之常情。可是,那些成批量、同质化的精致照片包装的“网红”地美景究竟是真是假?褪下特殊加工的滤镜后,“网红”地到底还有多少能看的?

据报道,一些网红景点打着著名景点微缩版的旗号,邀请旅行达人,知名人物等利用互联网平台进行推广,以此吸引游客前来观光打卡。但是,这类网红景点大多是依靠“滤镜”包装,所见和所得并不相同,在推广中展示的美景和享受的服务并不能真实体现在游客眼前。亦或是各类网红景点千篇一律毫无新意,让远道而来的游客有似曾相识之感,更是食之无味、弃之可惜的“鸡肋”。

随着人民群众对精神文化生活的追求日益增强,今年国庆假期全国国内旅游出游5.15亿人次,实现国内旅游收入3890.61亿元。可以看到,文化旅游业正在成为各地经济发展的新增长极。这也是各地都在

积极打造“网红”旅游景点的原因。

但是,文旅业有其自身独特的性质。要么有奇绝壮美的自然景观,比如“五岳”等。或者有深厚的文化底蕴,诸如西安等。如果没有以上两方面的优势,那么这些旅游景点也应该做到货真价实,让远道而来的游客觉得物有所值,不虚此行。

2016年5月,号称投资3亿多元、占地1200亩的白鹿原民俗文化村在陕西蓝田县境内开业,该民俗村借助当时大热电视剧《白鹿原》,以“一夜爆红”的姿态成为当年西安旅游市场上的“顶流”。但时隔4年就被曝出民俗村停业拆除。究其原因不少游客反映,民俗村同质化的景点、毫无特色的旅游体验、过高的商品价格让他们不会选择再去该景点。

可以看到,一些“网红”景点在先天优势不足的情况下,为了攫取一时的经济利益,利用技术手段将原本普通的景色改变成美轮美奂夺人眼球的美景,再利用互联网进行

推广。或者借着当下热门“蹭热度”。但当游客真正到来时却发现文不对题,大呼上当受骗。这些“网红”景点当风头过去后就无人问津,落得一地鸡毛。这些景点犹如开了“美颜”滤镜,当游客真正去参观时,就成了“见光死”。

诚然,在当前日益严苛的环保要求下,发展旅游业是地方经济转型的重要突破口。但是在发展旅游业的前提应该是结合本地特色因地制宜。要做好长远规划,不能拍脑袋跟风决定就修一条街,盖几栋楼,种一些植物,圈一个景点。而且地方应该摒弃粗放式的旅游模式,不能以假代真,以新当旧,用不切合实际,带有欺骗意味的“滤镜”和推广来吸引游客。要深入挖掘本地传统历史文化,以城做景,将景点融入到城市建设中去,让景点不再局限于围墙之内,把城市作为景点的延伸。同时可以深入开发乡村游、山野游、红色旅游、爱国主题游等多种特色文化旅游项目。只有真真切切把景点本来之美展现在游客面前,才能打造能持久发展、受人喜爱的旅游景点。

新闻漫话

“没面子”工作也能有成就

■谢庆富

近日,《中国青年报》教育科学部向全国职业院校学生发放调查问卷,了解职业院校学生的就业意向。问卷结果显示,超过六成的受访职业院校学生不愿选择当“蓝领”。

职业不分高低贵贱,职业院校学生选择什么职业是他们的自由。但是,超过六成的受访职业院校学生不愿选择当“蓝领”,这个调查结果应引起全社会重视。其实,并不是所有的基层岗位都生活枯燥、工作环境差,有的基层岗位工作环境很好,发展前景也不错。但是即使开出优厚的待遇也少有人问津——究其原因,还是高校毕业生生“爱面子”,觉得到基层丢人,有人宁当低薪“白领”,不当高薪“蓝领”。

每一位靠劳动、凭能力吃饭的

人都值得尊重,都应得到尊重。换言之,职业院校学生去工厂上班、去基层就业,不涉及“没面子”,更谈不上丢人。事实上,只有那些好逸恶劳的人,试图通过违背道德甚至是违法的途径赚快钱、大钱,这才是“没面子”。

用人单位不是慈善机构,它们需要的是货真价实的人才,而不是好高骛远的“大爷”。尤其是追求利润的经济组织,更不可能轻易向一个职场新人许以高薪、重要核心岗位——即便你自认能够为单位创造比薪资高十倍、百倍乃至更高的利润。用人单位见了兔子再撒鹰,这是情理之中的事。低薪入职并从基层做起,这是用人单位对职场新人的正常期待。



万丈高楼平地起。就业问题还没解决,就想未来的事,犹造空中楼阁。汗水不会白洒,努力不会白费!只要肚子里有货,加上能干肯干会干,低薪入职、基层做起也会收获成功,“没面子”的工作也能干出一番成就。

有话就说

加快破解新能源汽车充电难

■汪昌莲



随着新能源汽车的推广,马路上出现了越来越多的新能源汽车。不过,新能源汽车充电难问题一直没能很好解决,国庆假日期间,有的新能源汽车车主在高速公路服务区排队4小时充电的新闻就上了热搜。

充电桩等充电设施不足,成为阻碍人们选购电动汽车的“拦路虎”。比如,在有的城市购买电动车,电动车企业一般都提供安装充电桩的服务。但充电桩安装条件苛刻,首先需要有个人产权的固定停车位,仅这一条就把很多人挡在门外。而且,充电桩进小区,在一些地方也不容易。再者,使用公共充电设施,需要面临停车收费、燃油车占位、慢充桩耗时、充电时段冲突等难题。

不可否认,新能源汽车尤其是纯电动汽车的发展,催生了配套产业充电市场的火热。然而,车主充电难、企业盈利难等问题,却一直在困扰着产业发展。由于前期投入

大、使用率低、额外维护成本高、成本回收周期长,大多数企业往往建的充电桩越多却亏得越惨。不单纯依靠充电服务盈利,依托其他业务板块实现支撑,成为多数充电桩企业面临的尴尬。

只有解决充电难问题,才能为新能源汽车发展“续航”。首先,充电设施网络建设需获得更多方面的支持,通过有关补贴和政策优化,帮助建设充电桩的企业得到发展便利。其次,通过市场化运作,建立专业充电服务机构,负责安装、运营和保修,实行规模化、标准化、专业化的运营管理,提供精确定位、移动支付等服务,提升用户体验。再次,进一步提升相关技术,实现充电速度更快、电动汽车行驶里程更长。

世相浅见

1.近日,文化和旅游部等8部门联合印发的《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》指出,要坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,鼓励开发兼具艺术性和实用性、适应现代生活需要、符合市场消费需求的文化创意产品,再次强调了文创产品开发既要有文化味,更要保证质量。

点评:文创产品最忌空有“文”而少“创”。优秀的文创产品,能够将文化元素进行整合与重组,在保证其文化元素不变味的基础上进行衍生与再创作。作为产品,“有趣”和“吸引人”才能在市场上脱颖而出。文创产品与生俱来地肩负着宣传文化的使命,敷衍了事的设计只会令人反感。只有用心,才能真正发挥优秀文化元素的力量,让更多原本不了解、不感兴趣的消费者爱上这些文化瑰宝。

2.塑料在日常生产生活中应用广泛,是重要的基础材料。不规范生产、使用塑料制品和回收处置塑料废弃物,会造成能源资源浪费和环境污染。近日,山西省十三届人大常委会第三十次会议表决通过《山西省禁止不可降解一次性塑料制品规定》,共二十五条,将于2022年7月1日起实施。

点评:禁塑“入法”,关键还在于落实,这就需要从源头入手。要严禁各地生产、销售和使用一次性不可降解塑料制品,要加大监管和惩罚力度,发现一起严惩一起,绝不纵容。其次,需纳入“信用体系”。可考虑把违规生产、销售和使用一次性不可降解塑料制品的企业、个人等相关违法行为纳入社会信用体系。其三,需跟进“可替代品”。鼓励全生物降解塑料产品的研发和生产,满足广大群众的基本生活需求。

3.开学一个月以来,北京的张先生发觉,自己刚上初二的孩子变得越来越“爱学习”了——向家长要了好几次零花钱买文具。张先生后来才知道,孩子买的是现在流行的文具盲盒,周边不少学生都在购买和收集。记者近日走访调查发现,许多商场和中小学门口的文具店中都有各式各样的文具盲盒出售,它们有些是印有各种图案的盲盒笔单品,有些是以本子、尺子、笔袋等不同文具组合起来的文具盲盒袋,价格通常几元至几十元不等。

点评:文具是用来用的,不是用来玩的。文具盲盒的创新属性不能掩盖或带歪文具的实质功能属性,文具盲盒不能异变为“玩具盲盒”。鉴于购买文具盲盒的多为未成年人,容易出现非理性消费行为,家长、学校应加强对未成年人的消费教育,引导他们正确认知文具盲盒消费的行为属性和意义,摒弃以玩具“集邮”为导向的游戏性文具盲盒消费观,并对他们购买文具盲盒的行为多加关注、监督,对他们的零用钱开支予以适度控制。

综合新华网、人民网

今日论坛

儿童用药咋脱困?

■张近山

儿童用药事关儿童身体健康,关系着亿万家庭的福祉。随着三孩政策的实施,我国儿童数量将不断增加,保障儿童用药安全的重要性和紧迫性将进一步凸显。

儿童不是小大人,也不是成年人的缩小版。相较于成年人,儿童的免疫系统尚未完善,患病率、就诊率、用药率比成人高。一方面,儿童各项身体机能仍处在发育过程中,肝肾功能对药物的代谢能力和不良反应耐受性与成年人存在明显差异。另一方面,受限于儿童的咀嚼、吞咽能力,常规的成人用药并不适合直接应用于儿童。

儿童用药与成人不同,儿童药的研发和生产也存在一些特殊的掣肘因素。有药企负责人认为,儿童用药研发耗时长,临床研究风险高,处方工艺相对复杂,对原料辅料选择及质量控制要求高,从而导致生产成本高。事实上,儿童专用药品短缺,也受到儿童药物开展临床试验较难、收集数据难度大的影响。打通儿童用药研发、生产的难点和堵点,丰富儿童用药的品种,才能从根本上解决“剂量靠猜、分药靠掰”的困扰。

保障儿童用药安全,还需凝聚多方合力,久久为功。从国家药监局不断完善儿童用药优先审评审批政策,到儿科医疗机构主动与科研院所、企业加强合作,再到药企根据不同年龄段的孩子来设计剂型、包装和给药器具,一系列举措有力缓解了儿童药品短缺问题,为儿童安全用药保驾护航。作为儿童的日常守护者,家长也应当提高儿童用药安全意识,掌握科学的儿童用药方法,从日常生活入手,降低或消除儿童用药安全隐患。