

东湖评论

是非凡中国,也是平凡日子

□ 湖北日报评论员 余姝满

阅读提要

每一年的新年贺词,都以前进中的升腾气象和壮美图景,勾勒出中国人民拼搏奋斗所成就的非凡中国。时间向前,时代在变,语境和措辞都会变,不变的是,人民永远都是这份新年祝福中的主角。

从2013年开始,每年最后一天的晚上7点,一个熟悉而温暖的声音,都会通过广播电视和网络从北京传向全球,这是习近平主席在发表新年贺词。

一年又一年,人们习惯了守候电视旁、相约直播间,等待新年贺词里细数这一年我们共同度过的点点滴滴,倾听新年贺词中神州大地上的新变化新气象,等待和倾听,已成为辞旧迎新时刻的一种仪式感。

“我们的目标很宏伟,也很朴素,归根到底就是让老百姓过上更好的日子”“现在,社会节奏很快,大家都很忙,工作生活压力都很大……”一句句平实亲切的话语,直达人心。每一年的新年贺词,是一份“年终总结”,也是一份“发展手册”,通过它,人们既能触摸到时代澎湃的脉动,也能感受到踏实又平凡的生活。

过去一年,浓缩在“步伐”里。习近平主席用“很

坚实”“很有力量”“很见神采”“很显底气”作了概括。称一称,2023年的收获是“沉甸甸”;摸一摸,2023年的温度是“热气腾腾”;盘一盘,这一年有大国重器“C919大飞机实现商飞”“国产大型邮轮完成试航”的风采,也有中国制造“新能源汽车、锂电池、光伏产品”的上新;望一望,2024年的前行指南就在其间,“坚定不移推进中国式现代化”“坚持稳中求进、以进促稳、先立后破”“全面深化改革”……带着这份新年贺词出发,我们更能校准节奏、走准道路。

过去一年,浓缩在“人民”里。每一年的新年贺词,谈国事,也话家常,聊蓝图,也诉真情。接地气的“大白话”,更能打动你、触动我。或许是“每一个平凡的人都作出了不平凡的贡献”的点赞;或许是“人民永远是我们战胜一切困难挑战的最大依靠”的情怀;或许是“孩子的抚养教育,年轻人的就业成才,老年人的就医养老,是家事

也是国事”的现实关切。今年的新年贺词视频中,有几张照片让人印象深刻。习近平总书记同人民在一起,北京门头沟区妙峰山镇水峪嘴村,看望慰问受灾群众;同家人在一起,有一张夫人抱着孩子,一家三口依偎在一起的温馨合影,第一次出现在他的书架上。贴近人心,所以抚慰人心。个人与国家、家事与国事,宏伟和朴素、宏观和微观,一组组蕴藏在新年贺词中的辩证关系,透过大与小,闪烁着“人民至上”的温情。

聆听是为了更好地前进。每一年的新年贺词,都以前进中的升腾气象和壮美图景,勾勒出中国人民拼搏奋斗所成就的非凡中国。时间向前,时代在变,语境和措辞都会变,不变的是,人民永远都是这份新年祝福中的主角。把这一份深情告白,转化为坚定的步伐,让我们一起朝着目标,步履不停、勇敢前进。

视点

真心才是“出圈”的密码

□ 湖北日报评论员 艾丹

这个冬天,东北旅游突然爆火,哈尔滨这座冰雪之城屡屡刷爆社交媒体。

冰雪旅游的火热,折射的是国内旅游市场的加速回暖,展现出扩内需促消费的强劲势头。这个元旦假期,多个省份文旅市场数据超越疫情前水平。假日经济屡创新高背后,是多地瞄准消费需求,积极创新消费场景,主动服务消费群体的一系列扎实举措。从火爆全网的哈尔滨来看,为游客精心准备人造月亮、飞马踏冰、热气球、烟火秀,担心南方游客怕冷专门备上暖宝宝、热红糖水,当地市民为游客让路、让路、组织免费车队接送,“尔滨你火了”“尔滨你让我很陌生”“尔滨你还有多少惊喜是我不知道的”(尔滨是哈尔滨喜提的新称呼),这些调侃的背后,是东北人“生怕怠慢了客人”的热情,“掏心掏肺掏家底”的真诚。

体验不一样的地域特色、感受不一样的风土人情,是旅游消费的主题。某旅游平台统计显示,今年元旦的热门旅游地,除了北京、上海、深圳、广州、成都等“老牌”旅游城市,也不乏季节性火热的哈尔滨、沈阳、长春、大连、延吉等“新秀”。独特的冰雪资源是地域优势,但将自然资源优势转化成旅游产业优势、城市发展优势,中间所需付出的努力并非堆个巨型雪人、建个超大滑雪场这么简单。全方位为游客提供便利,全力打造安心、舒心、暖心的旅游环境,全情投入让外地客人如沐春风,才能有实实在在的口碑、不虚此行的旅客评价,才会有发自内心的点赞、情不自禁地向往。

回顾近年来“火出圈”的几个旅游城市,真情打造、用心服务是核心密码。无论是山东淄博在烧烤这张名片上的打磨,还是哈尔滨在冰雪旅游上的深耕,有一点是相同的,那就是对待游客细致、体贴。对于“进淄赶烤”者,淄博从住宿、停车、消费诸多方面予以保障,让游客的需求最大限度被关照。再看哈尔滨,“花式宠客”的种种细节,将旅游城市服务之间的比拼再次拉高。相比各地文旅局长争相出镜,为地方宣传吆喝、赢流量,实实在在的旅游项目,热情周到的旅游服务,才是提升旅游市场竞争力的关键。

对地方而言,火出圈是一时流量,更需持久的能量。立足地方特色资源,打造优势文旅产业,提升服务水平和质量,用心待客、真情留客,就能将流量转化成“留”量,让网红变长红。

来论

直播间价格不能跌破法律底线

□ 李英锋

原价1980元的“五粮液”,直播间只卖298元;市场上卖1388元的大红袍茶叶,直播间到手4盒茶礼和整套高端茶具只要268元……近日,记者观察直播间发现,一些主播给出的商品原价和直播专属价对比越来越夸张,而在主播的极力渲染和比价刺激下,不少观众会激情下单。(1月2日《法治日报》)

直播间的专属价或福利价没有最低,只有更低。一众主播们通过悬殊的价差,营造一种真心为“家人们”赔本赚吆喝的氛围,让很多消费者以为捡到了大便宜。而实际上,直播专属低价可能只是一种假象,馅饼可能是陷阱,大便宜可能是大忽悠。消费者冲着低价下单后,很可能遇到商品货不对板、产品质量不高等问题。

尽管直播间的商品大都执行市场调节价,主播或其背后商家有自主定价的权利,也有打折的权利。但打折有打折的规矩,低价也有低价的底

线。《价格法》规定:经营者不得有“利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易”等不正当价格行为。一些主播提供的所谓原价,是虚构的、严重注水的,本质上是一种价格欺诈行为。还有一些主播发布不实的样品展示信息,以低质低价商品冒充宣传品,则构成虚假宣传、制假售假等行

为。直播间的“脚脖子价”不能跌破法律底线。市场监管部门应联合直播平台,对直播间以虚构原价、比较价等方式制造低价乱象的价格欺诈行为进行全面治理,进一步完善监管治理机制,畅通投诉举报渠道,强化监督检查,让存有价格欺诈问题的主播或商家付出必要的法律代价、诚信代价,充分释放治理机制的惩戒、震慑、警示效应。同时,消费者也应多一分警惕,多一分理性,切忌盲目冲动下单。

时事绘

“3.5分饭店”



最近,“年轻人报复性挤爆3.5分饭店”的词条冲上微博热搜。只有3.5分的餐饮店,怎么就备受追捧?

从消费者实际体验来看,餐厅评分低不一定难吃,评分高也不一定好吃。光顾“3.5分饭店”,这波反向操作,本质上是用户对网络评分产生了怀疑。借助送券、奖励

等,一些商家用花里胡哨的营销手段,让消费者发表虚假评价,骗取高分,把自发的、真实的评价给淹没了。自主评分是消费者手中的一把利器,不要被小恩小惠冲昏了头。我们需要客观真实的评价,这是对商户服务质量的一种倒逼,也是顾客对自身权益的维护。(文/余姝满)

湖北日报
珍珠液酒业发布

安全用电用火 谨防引发灾害



在家中使用电热取暖设备烘烤衣物时做好看护



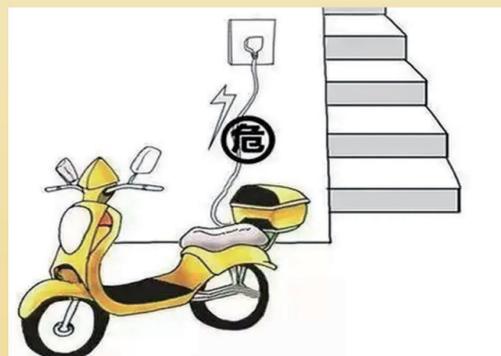
不私拉乱接电线插座



教育孩子不玩火,不开启煤气、液化气开关



不卧床吸烟



不在屋内、楼梯间为电动车或蓄电池充电