

“春日经济”不只是时令经济

■快评■

多地繁花盛开,引得游人如织;春菜春茶抢鲜上市,“春天味道”端盘上桌;户外经济顺势升温,露营旺季来得更早……等闲识得东风面,一样的明媚春日,展现出不一样的“经济面孔”。

从字面意思上看,“春日经济”是一种时令经济,其实不然。且不说,“春日经济”的业态本就非常丰富,哪怕是存在明显季节性的物产,也能将“颜值”变“产值”,将“花期”延长。比如,青团是传统的“咬春”美食,近年来,为了更贴近年轻人,商家掀起“百团大战”,在馅料口味上不断“整活”,将春天的仪式感升级为日常的惊喜。

从中不难读出一个关键词——“创

新”。在笔者看来,“春日经济”这个概念强调的不仅是消费行为的时间背景,更多的是业态的创新、场景的融合。樱花树下,不只能纵览春色,亦可带妆造拍照,甚至是吃火锅;“赏花+民俗”“赏花+市集”“赏花+展览”等跨界尝试,助力新型消费“多点开花”。近年来,从淄博、“尔滨”再到最近的天水,文旅市场“黑马”频出,人们也在追问着同一个问题:如何把“泼天富贵”变为“涓涓细流”?在“旅游者定义旅游业”的时代,需求很多元,但打法是互通的,从“完成时”“现在时”出发,挖掘更多“未来时”的爆点,“夏日经济”“秋日经济”同样值得期待。

一场马拉松,展示一座城。将一地文化、美食特产融入其中,有利于擦亮城市

打开方式。最近,“20分钟公园理论”在社交媒体引发热议,足见户外活动的魅力。日前,广东省四季美食旅游精品线路(春、夏季主题)名单出炉,粤港澳大湾区花展首次与商圈深度互动,可谓恰逢其时。值得说道的是,岭南不仅处处是春天,而且“马”力十足:时隔四年,清远马拉松再次回归,万人共赏北江风光;东坡文化加持惠州马拉松,令人想起“竹杖芒鞋轻胜马”;茂名马拉松对标国内最高标准,2024茂马将成为茂名有史以来举办规模最大、参与人数最多的一场标志性城市路跑赛事……

一场马拉松,展示一座城。将一地文化、美食特产融入其中,有利于擦亮城市

名片,放大品牌效应,从“一季热”走向“四季火”。文旅主打的就是“印象分”,而重大赛事既是“压力测试”,也是“练级契机”,无论是公共服务水平的提升,还是酒店、餐饮等配套产业的优化,抑或是文化软实力的“加戏”,都是城市形象“加分”的重要一环。以练好“内功”化解周期性波动,正是文旅领域的“用时间换空间”。

“春有百花秋有月,夏有凉风冬有雪。”每个季节,都有属于它的东风,人们对美好生活的向往,也没有“春日限定”。如果说春夏秋冬各有其节律,那么扩内需、促消费也应顺势而为,把握其发展规律,多出“加料”之策,多做“解渴”之事。

(据《南方日报》)

App推荐“可能认识的人” 别把个人隐私当卖点

近日,“不要给我推荐可能认识的人了”话题登上微博热搜,各大社交App的熟人推荐机制也被推上了风口浪尖。不少网友吐槽感到被冒犯,“是的,你推送的人我认识,但你猜猜我们为什么不是好友?”南都大数据研究院测评发现,当前基于通讯录等个人信息向用户推送“你可能认识的人”已经成为不少社交App的标配,个别平台还会通过算法向用户推送关注信息、关联好友感兴趣的内容。然而,部分App的关闭推荐功能却形同虚设。

点评:

手机软件在收集个人信息时,除了要确保信息收集最小化和及时删除之外,还要在运用个人信息时保持慎重,尤其要让用户拥有关闭某些功能的知情权与选择权,比如可以禁止将通讯录信息用于推荐“可能认识的人”等。

在信息化程度越来越高、各种应用软件日益增多的背景下,如何更好地保护个人隐私,怎么合理利用个人信息,是一道难题。将个人隐私当卖点的行为,应尽早加以禁止,避免类似做法迎合了一部分人的需要,却让另一部分人付出隐私遭侵犯等代价。

(据《中国妇女报》)

办社区食堂不能只讲面子不讲效益

干净卫生、健康便捷、价格合理的社区食堂广受欢迎。但媒体调查发现,如今不少社区食堂深陷运营之困,关门停业的不在少数。如何提升社区食堂的服务质量与运营效率,成为社会广泛关注的问题。

社区是居民生活和城市治理的基本单元,将食堂开到居民身边,是大家期盼的好事,也是利于长远的实事。但就现实来看,一些食堂遭遇经营困难,与一些地方只图有、不图优,盲目“大于快上”有关。当前社区食堂出现的种种问题,本质上是一些地方急功近利,没有形成“自己养活自己”的良性循环,最终难以为继。

社区食堂的可持续经营,政策和资金的扶持只是其一,最终还是需要一定的盈利空间。而公益属性与市场属性的平衡,是一项考验精细化运营水平的大工程。一方面,社区食堂以老年人等重要服务对象,而受限于老年群体的消费意愿、口味偏好等,其营收水平与发力点,必然跟单纯的市场化餐饮有所区别。另一方面,部分社区食堂的菜品与菜式,不能满足年轻人的需求,加之空间设施老旧,不少年轻人不愿意去,客流就成了大问题。这些痛点都要求社区食堂的运营方法不能做“大锅饭”,一哄而上“复制粘贴”,而要拿出“绣花功夫”,深入了解所在社区的人员构成、年龄层次到口味与价格偏好,统筹协调好各项资源,制定针对性的运营策略,实现细水长流。

一餐食,一瓢饮,小小食堂背后,折射出的是社会基层治理水平的精细化程度。集众智,汇众力,相信通过更充分的共治共建,社区食堂等各种社区服务都能高质量运营,让城市更加和谐宜居。

(据《北京日报》)

土特产不再甘当“隐藏款”

近日,“天水麻辣烫”多次登上热搜,带火了当地旅游,也拉动了甘谷干辣椒、天水油泼辣子、定西土豆粉等当地特产的热销。今年以来,从年初“尔滨”蔓延到掀起一场全国“土特产”大摸底,到甘肃众多特产走进大众视野,“土特产”的发展备受瞩目和期待。

我国幅员辽阔、气候多样,造就了百花争艳的乡村“土特产”发展格局,形成了一些产业链完整、品牌影响力较大的乡村“土特产”。与此同时,由于产品结构单一、附加值低、不注重差异化营销等原因,多数地方的“土特产”产业形态仍以原料生产和初级加工为主,并不广为人知。随着一个个“隐藏款特产”成为“爆款”,不少网友善意地调侃称,“我的家乡特产就是特地瞒着我”。

今年中央一号文件提出,鼓励各地因地制宜大力发展特色产业,支持打造乡土特色品牌。产业发展中“土特产”是一篇大文章。发展乡村特色产业,要立足乡村特有的物质和非物质文化资源,开发具有鲜明地域特点的产品产业,从乡村产业的全链条提升,推动“土特产”成为带动农民增收致富产业、促进乡村全面振兴的重要引擎。要推动农户与现代农业发展有机衔接,做好对小农户的服务,帮助小农户解决好一家一户干不了、干不好、干起来不划算的事,把更多农业增值收益留在农村、留给农民。壮大农产品加工流通业,引导企业到产地建设原料基地、布局加工产能,发展农产品初加工和深加工;要瞄准做好品牌、提升品质的目标,延长产业链,增强市场竞争力和效益。加快农村电子商务发展,充分发挥各地农产品展销平台作用,通过结合直播带货、进驻互联网销售平台、主题推介等活动进行不定期促销,组成“线上+线下”双管齐下、功能互补的多种销售渠道,帮助土特产实现跨区域产销对接。

展望未来,依托农业农村特色资源,推动乡村产业全链条升级,一个个特而优、特而美、特而强的“土特产”将更好助力乡村全面振兴。

(据《经济日报》)

农田里“长”出光伏电站 谁之过?

来承担? 洪范八政,食为政首。红线不能碰,底线不能踩。基本农田保护条例明确规定,基本农田是指按照一定时期人口和社会经济发展对农产品的需求,依据土地利用总体规划确定的不得占用的耕地。于此而言,侵占农田是涉嫌违规的,是要承担责任的。

应该说,兴建光伏项目并非不可,但有个基本前提,必须合法合规。如果占用耕地,还如何保证粮食安全?我国有14亿多人口,粮食安全必须靠我们自己保证,中国人的饭碗应该主要装中国粮。在这种背景下,更需坚定不移保护好农田,不让其他项目“染指”农田。

“保护耕地,寸土必珍”不能只是口号,而要落在行动中;严格的耕地保护制度不能被架空,而要真抓实干。应该说,湖北这起农田被侵占事件还有很多迷雾。比如,在农田上兴建的光伏电站,运行并不理想,但为何执意推进?农田被侵占了,如何保障农民的权益?被侵占的农田还能回归农田吗?在这起事件中,牵涉到哪些部门?相关部门有没有尽职尽责?

“但存方寸地,留与子孙耕。”中央一再强调,要实行最严格的耕地保护制度,严防死守18亿亩耕地红线。为此,就要像保护大熊猫一样保护耕地,还要采取“长牙齿”的硬措施,落实最严格的耕地保护制度。具体而言,用管用、有用的措施遏制侵占耕地现象,以及严格考核、终身追责等。18亿亩耕地实至名归,中国人的饭碗才能端得更牢。

(据光明网)

以数据共享为“指尖”松绑

工作节奏,又影响队伍风气。纠治“指尖上的形式主义”已刻不容缓。

从当前的调研结果来看,指尖形式主义的形成,与对数字政府建设的理解跑偏有关。具体而言,就是将“互联网+政务”和“政务+互联网”的概念混淆,片面地认为数字化办公就是要让工作“上网”,从而忽略了互联网技术“联”的属性,导致信息藩篱成为基层工作的层层障碍。可见,想要给“指尖”减负,很重要

的一点是打通数据壁垒,推动信息共享。

对此,可以从以下两点入手。一则,要在办公流程上“减负”。比如,优化功能属性,合并同质化平台;精简“留痕”需求,关联上传通道等。二则,还要在建设上下功,用好大数据、云计算等新技术,构建“一网通”等平台“数据库”,让“数据多跑路、基层少跑腿”,提高工作效率,为更多“指尖”松绑。

(据《广州日报》)



推动发展

国家体育总局等12部门3月25日印发《中国青少年足球改革发展实施意见》,旨在推动青少年足球健康持续发展。

新华社发

假节俭真浪费”呼唤“节俭须算经济账”

大支出;老旧办公大楼的维修加固成本花费“不输”推倒重建……

节俭朴素是我们的传家宝,永远不能丢。不断重申要过“紧日子”,也获得广泛赞赏。不过,也要警惕“假节俭真浪费”——当节俭变成更大的浪费,这就是极不划算的节俭,甚至是一种愚昧的节俭,因为没有达到节俭的目的,反而背道而驰。除了背离节俭初衷造成浪费外,还影响到办公效率、办公质量,也在干部群众中造成极为不好的印象。所以该是纠正“假节俭真浪费”的时候了。

对此,受访干部学者、业内人士等表示,要遏制“假节俭真浪费”苗头需破解两大痛点——“冗长”流程手续与“机械”执行政策。还针对性提出两大建议:一是实事求是正视需求,多方比价减少

成本支出;二是柔性施策让效益最大化。这些合理化建议显然值得有关方面倾听和采纳,及时采取改革措施纠正假节俭、治理真浪费,让机关、事业单位等过“紧日子”真正省钱,而不是去浪费公款。

坦率说,当初制定相关政策时,出于节约节俭的初衷没有错,但恰恰忽视了一个关键问题,即没有真正算清“经济账”,如果制定政策时先算“经济账”,即什么是真节俭,什么是假节俭,在节俭与浪费之间算一算“经济账”,相信制定出来的报销政策、公车政策、采购政策、办公用房政策等,才是真节俭而不是真浪费。为避免某些人钻政策灵活的漏洞,需要政策更完善,监督更到位。

(据《羊城晚报》)

平台规则还须兼顾“情”“理”“法”

近日,一条“因爸爸去世去不了演唱会,大麦网退票要提供死亡证明”的求助帖引发关注,大麦网退票难的问题再度引发热议。对于相关投诉和争议,大麦网方面回应称,如用户确实有特殊情况提出退票诉求,大麦网会尽全力沟通主办方协商,最终以主办方答复结果为准。

点评:

票务平台必须深刻反思,确保在处理类似事件时能够展现出人性关怀和合理性,在追求经济效益的同时,绝对不能忽视其肩负的社会责任和道德底线。监管部门也应对平台加强监管和规范,确保其运营行为符合法律法规,不侵犯消费者合法权益,不违背社会公序良俗。只有这样,才能促进平台经济的健康发展,维护社会公共利益。

(据《中国妇女报》)

消费者不是商家的“免费模特”

“老人是在吃饭的时候被拍的,当时没多想,但是不知道会被发到网上。”家住陕西省西安市的李女士近日向媒体反映,家里的两位老人在一家餐馆用餐时被店家拍下视频,之后店家又在老人不知情的情况下将视频发到短视频平台上,这让他们感觉很恼火。

点评:

消费者不是商家的“免费模特”,没有义务无条件充当商家的“气氛组”“引流工具人”。

商家营销推广应增强法律意识和边界意识,尊重消费者的意愿,把消费者同意作为营销引流的必要前置条件,通过合理、必要的方式充分征求有可能入镜的消费者的意见,告知消费者拍摄的目的和使用范围,把拍摄知情权和选择权留给消费者。只有征得消费者同意,商家才能拍摄、上传,否则就应停止拍摄,并删除相关拍摄资料。

(据《北京青年报》)

业务员	执业证号	业务员	执业证号
马秀珍	0001006400000002019008795	李惠勤	0001006400000002020021808
强福	02004264000080002015000447	杨吉喜	0001006400000002020057048
马海燕	00010064000080002018028643	常万巧	0001006400000002020067513
马良忠	02004264000080002018016551	马海瑞	0001006400000002021001580
韩洪燕	02004264000080002018012812	祁宏琴	02004264000080002019012230
郭金珍	02004264000080002018007108	杨春侠	0001006400000002021000739
王芳	02004264000080002018017066	王秀芳	0001006400000002021000554
王淑平	0001006400000002019040405	滕建群	0001006400000002021002644
姜静	0001006400000002019081034	刘学宏	0001006400000002021001848
张新春	0001006400000002019014502	陆阳军	0001006400000002021003321
赵尔春	0001006400000002019040987	孟庆侠	0001006400000002021002409
任莉	02004264000080002019021976	李娜	0001006400000002021000538
杨凤英	0001006400000002023001229	史巧侠	000100640000000202200291
赵瑞娟	0001006400000002019022406	张存侠	0001006400000002022000970
靳爱琴	0001006400000002019029039	马昭元	0001006400000002022001368
马少海	0001006400000002019050667	马静	0001006400000002022000988
李玲	02004264000080002019017496	李宏东	0001006400000002020055147
马小翠	000100640000000202006897	顾红芳	0001006400000002022001317