

热点时评 >>

任翔宇

春节文化活动需要“节节高”

这个春节很热闹。刚刚过去的春节假期，消费回暖、市场复苏、信心提振，市民和外地游客都很捧场，“大同年·大不同”系列文化活动也喜迎“开门红”。

《大同日报》2月1日的报道说，春节期间，大同文旅按下“快进键”，跑出“加速度”，旅游带动消费回暖，以人气旺、年味浓、业态新、活动靓、口碑好等特点，实现了文旅市场新春“开门红”。“初步测算，1月21日至27日的春节假期中，全市共接待国内游客约166.65万人次，恢复至2019年同期的81.26%；实现旅游收入约44305.29万元，恢复至2019年同期的68.71%。

灵丘“村晚”，平城区“欢乐中国年 地道大同味”春节文化庙会，新荣区花园屯镇舞龙舞狮、秧歌表演，浑源古城大型实景剧……久违的人群川流不息，久违的年味十足，回来了。

这感觉真好。

今年的一个特点是文旅产品更加“年轻化”，80后、90后、00后已成为新春文旅消费主力。“大同年·大不同”新春活动上IP人偶互动、主题文创产品销售的大受追捧，就可为今后的文化活动消费心理、文化需求做出样本数据。

今年的另一个特点是参与感和体验性更突出。“欢乐中国年 地道大同味”春节文化庙会上大同特色小吃兔头、羊杂、凉粉，充满怀旧风格的“蛋厂冰棍”，已不仅仅是一类食品、商品，还是大同文化的特定文旅产品。这类文旅产品和大同特色的数来宝、原创音乐，以华严寺合掌露齿菩萨进行二次创作的舞蹈一样，都是提升文旅产品互动性的丰富载体。

良好的感觉不能就是上头一时爽，还得琢磨琢磨今年哪些活动有特点，哪些活

动欠火候，哪些活动能延续，哪些活动要升级。

春节文化活动有自己的独立的调性，决定了必须依托民俗文化资源，创建符合民族、地域和时节的文旅产品。与时尚结合，满足年轻人追求新颖、拍发短视频的习惯，在传统中寻求变化；让中老年人找得到从前，忆得起乡愁；向青少年传递中华民族文化火种，把大同的文化符号、文化元素充分展现……春节文化活动需要让文化软实力“硬”起来。

春节文化活动可以提振经济、拉动消费，也是市民和游客日益丰富的文化需求得到满足的答卷。每个城市都在做，每个城市各有特点，今年太原、忻州的春节活动也搞得有声有色。怎样树立大同自己的文化品牌成城市形象，怎样打造“文化大同、文明大同、微笑大同”城市新名片，

怎样把前几年大同类似古都灯会这种通过央视、通过游客、通过各地媒体传播出去的“来大同过大年”文旅概念做得更强更高更准，今年只是一次试水。一年之计在于春，趁热打铁，总结归纳，明年就能有更好的点子、更佳方案、更稳的执行筑牢基础。

每年过年的时候我们都会祝愿“一年更比一年好”，这里有两个关键词，一个是“比”，从无到有和从有到精是需要从量变到质变的；另一个是“好”，这个是结果，也是试卷最终的评分。评分是老百姓给的，也是游客给的，市民都拍手叫好，游客一年比一年多，就说明我们的春节文化活动还不错。

芝麻开花节节高，是个彩头，也是希冀，更是种鼓励和鞭策。今年开了个好头，希望明年更好。

有感而发 >>

老穆

“村晚”欢乐颂
田园幸福歌

1月30日（正月初九），在蔚蓝天空掩映下，灵丘县红石峡乡车河有机社区灵动的山水充满生机，秀峻的山脚下歌舞飞扬，热闹非凡。2023年全国“村晚”示范展示活动车河分会场在这里精彩举行，吸引了全国835.3万人次上网观看。

车河“村晚”包含13个节目，通过民俗表演、歌舞、音乐小品、罗罗腔等精彩纷呈的文艺节目，充分展示大美灵丘崭新风貌，全面推介“红、古、绿”三色旅游资源、独特文化魅力、特色产业，向全国观众送上一场年味浓、创意好、接地气的春节文化大餐。

这是灵丘县继2022年举办全国“村晚”示范展示活动后的又一次精彩亮相，现场热闹、网上热捧的欢乐喜庆，可谓异彩纷呈、魅力无边。

近年来，“村晚”作为一种新型乡村文化娱乐形式，受到农村群众的热烈欢迎和广泛认可，不少接地气、有特色的“村晚”，日渐成为各地的新年俗，传递出乡风文明新风尚。灵丘“村晚”就是神州百花园中瑰丽的迎春花。

“村晚”已成为灵丘人民喜闻乐见的文旅品牌活动，新春佳节线上看“村晚”、线下参与“村晚”也已成为新民俗。

虽然没有华丽舞台、炫彩灯光、明星站台的春晚“标配”，“村晚”却一点也不逊色于春晚的魅力，对于不少父老乡亲来说，这些老百姓唱主角的“村晚”，更是他们心目中的“春晚”。

“村晚”是村民展示获得感、幸福感的好形式，农民朋友把自己想说的、想唱的、想抒发的尽情表达出来，也是追求美好生活的生动体现。

“村晚”是丰富百姓精神文化生活、展现群众性文化活动蓬勃开展的好舞台，是展示新农村、新农民、新面貌，提升群众文化素质和生活品位的好平台，同时利用美丽乡村独特的自然风貌和环境，因地制宜设计舞台，将当地民俗、艺术、非遗、文化等元素挖掘整合，全方位展现文旅融合的特色优势。

“村晚”通过乡土气息浓厚的文艺表达，焕发出新的生机与活力，让优秀乡土文化以丰富多彩、新颖独特的方式鲜活起来，营造文明愉悦、昂扬向上的节日氛围。

祝愿“村晚”越办越精彩，在希望的田野上展开乡村振兴新画卷。



幽默一刀

郑鸣/画 穆亮/诗

鞋打“秦桧”

《满江红》大片
热映公众情牵
一些景区里
奇闻在上演
看到秦桧像
拿鞋抽他脸
怒对奸佞者
泄愤可理解
行为太出格
还需求检点
公序不能乱
良俗莫走偏

日前，河南周口淮阳区太昊伏羲陵景区游客排队长打秦桧雕像，有游客拿鞋抽打秦桧像的视频热传网络。随着电影《满江红》热映，岳飞与秦桧的那段历史再次引发公众关注，陷害岳飞的秦桧也挨了更多打。

经过长时间的演化，打秦桧在民间延伸为一种“驱赶小人”的习俗，在全国多地，打秦桧几乎成了一道景观。但无论是表达对秦桧等奸臣的愤怒还是对小人的

不齿，都要有恰当的方式，更要有度。

景区是公共场所，脱下鞋子抽打一个跪像，即便是十恶不赦的秦桧，行为也有些出格，看似打得过瘾，其实也不够严肃。想拍走邪气，可能打丢了文明。

美好和文明的风俗应该得到传承和保护，但别把风俗当成不良行为的挡箭牌。对秦桧，人人恨之入骨；但对秦桧像，不可以持鞋上阵。

一针见血 >>

史洪举

私自拦车收费？无赖式小恶也须及时查处

1月28日，一位网民在某网络平台反映“三亚南山景区附近村民路上拦车收费每车10元”问题。经查，网民反映的情况属实。1月25日至29日，南山村村民董某禾以游客车辆经过自家土地、影响其生活为由，对过路车辆的每辆车收取10元费用。1月30日，公安部门依法传唤董某禾，董某禾如实陈述其私自拦车收费的违法行为。三亚市公安局崖州分局依法对董某禾实施拦车收费、构成敲诈勒索的行为处以行政拘留10日，收缴违法所得。

每逢节假日，人们外出旅游消费的热情非常高，尤其是今年春节期间，各地均出现“报复性旅游消费”的趋势。但在旅游消费市场异常火爆的背景下，也有少许不和谐因素干扰、破坏着人们的旅游热情，成为扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、欺客宰客的“牛皮癣”。

人们外出旅游消费，图的就是游山玩水带来的好心情和优质旅游体验。但是，像私自拦车收费的恶行，显然并非旅游服务不到位的问题，而是部分人无视法律和底线，为了一己私利“拦路打劫”的违法行为。

众所周知，人们出行时，只需要按照有关规定缴纳高速公路通行费或者其他通行费即可，停车时也只需依照有关标准缴纳停车费用，无需再承担其他人员私自设置路卡收取的所谓通行费。故而，一些居民针对游客尤其是外地游客，以各种理由私自拦车收费的行为，完全没有法律依据。虽然一些拦车收费的金额不高，但也是赤裸裸的“拦路抢劫”。

根据《治安管理处罚法》，追逐、拦截他人，强拿硬要的，处5日以上10日以下拘留，可以并处500元以下罚款；情节严重的，处10日以上15日以下拘留，可以并处1000元

以下罚款。敲诈勒索的，处5日以上10日以下拘留，可以并处500元以下罚款；情节严重的，处10日以上15日以下拘留，可以并处1000元以下罚款。

由此可见，当地有关部门的调查处理和处罚非常及时，也非常正确。且需要说明的是，如果行为人的情节或者后果异常恶劣，如拦车行为导致交通长时间拥堵，或者有辱骂威胁游客行为，或者非法获利金额较大，则这种行为已经涉嫌犯罪，作恶者应承担更重的刑事责任。

其实，对于私自拦车收费的当地村民来说，其获取的无非是蝇头小利。但这种无赖式小恶，长远来看也会严重影响一个地方的声誉和消费旅游信心。各地更应及时惩戒发生在民众身边的小恶，进而营造良好的旅游消费环境，让游客收获更优质和更安全的消费体验。 据光明网