

本期热评 >>

任翔宇

让冰雪季赛事活动成为大同品牌

走进大同冰雪世界,开启一场大不同的冬季之旅。在2024—2025年冰雪季期间,为吸引更多来自全国各地的游客相聚大同“游古都、嬉冰雪、强体魄、品美食”,我市精心筹备了19项冰雪赛事活动,还推出滑雪滑冰公益培训等。(《大同晚报》12月4日)

冰雪季赛事活动,是这个冬天大同“文旅+赛事”的点睛之笔。本届冰雪季自2024年12月持续至2025年4月,主题为“欢乐冰雪、共创未来”,举办19项国家、省、市级冰雪活动。

从国内到省内,从高校到地方,从竞赛到群体,活动多、项目广。我们当以冰雪季

赛事活动为契机,充分发挥生态资源优势、文旅资源优势、赛事资源优势,做大“旅游+”“冰雪+”文章,推动冬季旅游和冰雪季赛事做优做精,提升城市形象。

相拥冰雪,未来可期。在大同,冰雪季赛事活动不仅是传统项目,也有广泛的群众基础。近年来,通过全国二青会、省运会等高水平冬季体育赛事及群众体育赛事的推广运营,在比赛水平、赛事筹备、接待管理等方面提升了能力、改善了条件,也增强了经验和信心。

面对今年丰富多彩、形式多样的冰雪季赛事活动,我们不用再考虑“办不办得了”,而是“怎么办得好”。办得好,离

不开真心、诚心和细心。真心对待每一位来同参赛观摩的选手、教练和亲友,体现在安全整洁的比赛和居住条件,体现在专业可靠的比赛设备,体现在放心可口的餐饮美食,体现在拾遗补阙、应急处理的预案细则。以诚相待,严控细节,打造无差评的赛事,为大同赢得口碑和品牌价值。

冬季到大同来看雪的文旅活动,通过这些年的经验积累,已经形成了大同的冰雪旅游品牌影响力、发展硬实力、市场吸引力;冬季到大同来玩雪的体育赛事,是激发冬季文旅市场活力的重要助推力。想让冬天的“冷资源”成为大同文旅“热产业”,玩

雪的体育赛事活动就比景点打卡、美食品尝更有体验感和兴奋点。走上冰雪赛道,体验速度与激情;用好冰雪资源,激活发展动力;打造赛事场景,玩转乐享冰雪,让运动员教练员感受大同冬季冰雪运动快乐的同时,我们还能促进上游培训市场热辣滚烫,激发下游装备制造业提质增效,形成“从头到脚、从个人到场地、从竞技赛事到大众运动”的产业链条。

这个冬天在大同的“燃冬”之赛、“燃冬”之趣、“燃冬”之旅,除了红火和精彩为高质量发展“再添把火”,也要让“冰雪+赛事+文旅”融合发展的冰雪季赛事活动成为成熟、经典、远播的冬季品牌。

有感而发 >>

魏冬妮

为新就业群体提供更多服务与关爱

为更好发挥高校志愿者文化素质高、专业技能强的优势,帮助解决新兴领域青年群体子女课后需要照看、辅导作业的需求,近日,市青年志愿者协会积极响应团市委号召,面向社会公开招募“万家灯火志愿陪伴”关爱新兴领域青年群体子女课后辅导陪伴项目专项志愿者。(《大同晚报》12月4日)

市青年志愿者协会的这项招募活动,既新颖又有意义。近年来,随着新业态经济迅猛发展,快递员、外卖员、网约车司机等新就业群体队伍日益壮大,对这些群体中的家长们来说,如何接送孩子以及安排放学后的时间一直是个难题,他们往往因工作繁忙而无法给予孩子应有的陪伴,不少孩子因缺少关爱和陪伴,出现缺乏安全感、不善交流等心理问题。

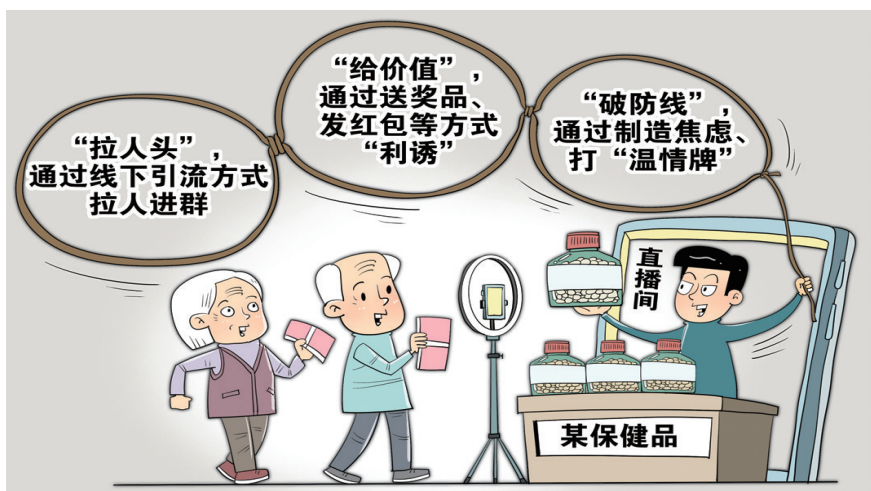
陪伴是最有效的关爱和教育,能够减少孩子的孤独感,增加安全感,从而形成稳定、积极的心态。让在校大学生参加志愿服务,为那些需要陪伴和关怀的新就业群体子女进行作业辅导,不仅能够解除父母的心头之忧,也为在校大学生提供了参与社会实践的机会,对增长知识、增加社会经验,提升职业能力和责任意识都十分有利。

新就业群体为城市发展注入了活力,应当获得社会的更多关注与关爱。解决他们的所想所盼,既能增强他们的认同感和归属感,也能提升市民的获得感、幸福感。市青年志愿者协会的公益活动开了个好头,期盼更多的社会组织积极行动,为新就业群体提供服务保障和关心关爱。

诗画同评

朱慧卿/画 穆亮/诗

防范坑老新套路



诱导销售保健品
网络直播也风行
线下套路到线上
目标还是老年人
天花乱坠表演秀
环环相扣设陷阱
此种乱象该查处
监管整治要抓紧
科普宣传需重视
教育引导多给力
子女社会齐努力
共筑防线保太平

近日,带货主播“麦琪啦”在直播间销售保健品违规宣传一事引发关注。

近年来,老年人沉迷“养生”直播间、购买各类保健品的情況十分常见,然而,不少保健品都是假冒伪劣产品。直播间的保健品已成为消费者权益受损“重灾区”,不少老人“一边上网,一边上当”,不仅花费大量时间和钱财,也面临健康风险。

为吸引“客户”、提升黏性,不少保健品直播会环环相扣设陷阱。

第一步是“拉人头”,通过线下引流拉人进群;第二步是“给价值”,通过送奖品、发红包等方式利诱;第三步是“破防线”,通过制造焦虑、打温情牌,让老年人心甘情愿下单。

法律界人士认为,市场监管部门要从非法生产、销售等环节入手,加大对违规生产企业、直播间运营者及主播的处罚力度。建议执法部门通过与平台开展技术协作,提升智慧化监管水平。

医疗界人士表示,公众对健康知识有巨大需求,但在知识获取上存在一定壁垒,应围绕新媒体传播方式加强科普宣传,提升公众健康素养。消费者选购保健食品时,也要明确自身需求、咨询专业人士、选择正规渠道。

专家指出,沉迷直播间问题背后,也凸显出老人的情感需求,子女和社会应一起为老人在网络世界筑起防线。

文图据新华社

有话直说 >>

老穆

“痰”吐非小事 礼仪当重视

冬季是呼吸道疾病的高发期,咳嗽、咳痰、打喷嚏的人也明显增多。记者近日在采访中发现,一些市民在人群中咳嗽毫无遮掩,有了痰意也是“一吐为快”。市疾控中心提醒:日常生活中要注意呼吸道卫生,咳嗽讲礼仪,“痰”吐要得体。(《大同晚报》12月4日)

“小小一口痰,细菌千千万。”在我市的广场、公园以及住宅小区,随处能看到这样的温馨提示,朗朗上口的标语不仅让人印象深刻,还能从中受到教育,自觉约束随地吐痰等不文明行为。

然而,在日常生活中,不少人存在随地吐痰的劣习。尤其在公共场所,常见有人嗓子一吭一咳,痰从口出应声落地。

若问,这类人在家里也会这样吗?答案大抵会是否定的。倘有个别人居家也是如此,只能说是个人卫生不讲究。公共场合就不同了,个人不卫生还在其次,关键会有传播飞沫和病菌的风险,影响周遭的人群。

所以说,“痰”吐非小事,礼仪当重视,咳嗽、打喷嚏也是一个理。尤其在冬季呼吸道疾病的高发期,痰中的流感、肺结核、麻疹等致病微生物一旦蒸发到空气中,会使健康人通过呼吸而受到传染;全暴露式、口无遮拦的咳嗽也会传播呼吸道疾病。

一些人随地吐痰或不加遮拦地咳嗽、打喷嚏,这种下意识行为不仅是对别人的不尊重,有伤大雅,有损个人形象,更重要的是贻害他人,伤害公共卫生。

希望大家好好看看疾控部门的提示,有则改之,无则加勉。自己更体面,别人更安全,礼仪作指南,共同保健康,才是最好的归宿。

一针见血 >>

小野

铲除伪科普的传播土壤

“冷冻馒头不能吃”“多吃碳水掉秤快、减腰围,但很多人没吃够”……

近来,一些打着高校、专业机构研究成果名义发布的“科普”内容频频引发关注。实际上,这些内容或是误读误解,或是对研究结果断章取义,将不完整乃至完全错误的解读结果变成所谓的科普内容。科普是假,蹭流量、行骗才是真。

“造谣一张嘴,辟谣跑断腿。”这些“伪科普”知识传播得越广,对公众的误导就越大,可能受骗的人就越多。

对此,一方面是要专业机构及时辟谣,澄清谬误、以正视听;另一方面是要网络平台履行信息内容管理主体责任,加大审核力度,从源头上阻断“伪科普”的传播。

当下,公众的科学素养不断提升,对

高质量科普有更高需求。一些打着高校研究成果名义的“伪科普”之所以流传甚广,就在于它让人认为有专业机构的背书,更有可信度。由此也可以看到,公众对高质量科普的期待。这也提醒我们,阻击“伪科普”的传播,必须持续加大科普力度,打造高质量的科普“主力军”,为民众提供更多高质量的科普内容。

据新华网

