

本期热评 >>

老穆

双节宠客,刻在细节里的城市温情

国庆中秋假期,古都大同再次成为中外游客的首选地,旅游市场一派火热。大同用一场贯穿全城的暖心行动,把“宠客”二字写进了游客的旅程记忆里。

不同于轰轰烈烈的宣传造势,城市的温暖藏在停车场的指引灯里、景区的热水杯里、民宿的攻略纸上,成了游客心里更动人的风景。

最暖人的是那份“精准解围”的贴心。假期出游有三大痛点:停车难、如厕难、入园慢,大同用实打实的举措逐个破解。

针对增加的客流高峰,市民让路让景于游客,公交强化夜间服务,让游客省下交通成本的同时告别拥堵;学校操场敞开大门变免费停车场,200个车位解了自驾游客的燃眉之急;善化寺东侧的临时停车场、云州区新增的120个车位,加上随处可见的督导调度人员,极大缓解了“停车焦虑”。平城区27座公厕24小时开放,还按需调配移动厕所、保障女性

厕位供给,连卫生间的清洁状态都能通过智慧系统实时查看,这些藏在“犄角旮旯”的考量,最见城市诚意。

景区里的服务更是把“细致”做到了极致。云冈石窟凌晨6点半就敞开大门,240多名讲解员在岗待命,2400台多语种智能讲解器随时可供取用,无论是想赶早避开人流的摄影爱好者,还是需要外文解说的国际游客,都能各得其所。恒山的热水供应点、母婴室,古城里的免费充电宝、轮椅和应急药品,甚至商铺主动提供的休憩座椅,这些不显眼的“小配置”,营造出最暖心的游览体验。

更动人的是全城同心“温情接力”。大同日报社与市公安局交管支队携手连续推出路况、攻略直播;市商务局和市场监管局提前培训餐饮住宿企业,还组建工作队直奔网红餐厅、热门酒店现场协调,用监管力度守住“消费安心线”;民宿老板提前发攻略礼包,亲自开车接客规

划路线;公交司机主动介绍景点美食,图书馆、美术馆延时开放备好文化盛宴;400余名巡逻警力守护着夜晚的安宁,加强对重点部位和人员密集区域的巡逻防控和应急处突……从政府部门到普通商户,每个人都在为游客的旅程添暖。当8000架无人机在古城夜空拼出国图景,当《如梦大同》的演艺再现古都风华,这份文化盛宴融进了全城待客的热忱。

有游客不无感动地说“大同管得真宽”,这份“宽”里藏着的全是牵挂。从十年如一日往返大同的北京夫妻,到初次到访便念念不忘的南方游客,他们记住的不仅是石窟的震撼、刀削面的鲜香,更是那份被认真对待的温暖。

大同宠客不是应景的噱头,而是全城上下用细节织就的文明答卷——在这里,历史的厚重与人心的温热撞了个满怀,让每一位来客都读懂:最好的风景,永远是城市的温度。

有感而发 >>

余心萍

“鸡排哥”能让流量变“留量”吗?

“张嘴就是金句,情绪价值拉满”。江西景德镇鸡排主理人李俊永凭借亲切的服务态度,给顾客带来了幸福感的“情绪价值”,成为当地新晋“网红”。李俊永不仅迎来了“泼天流量”,也被授予“景德镇文旅推介官”称号。

身为草根网红,李俊永接地气、有人气,引发热切关注。当地相关部门不失时机,将其纳入“麾下”,体现了对流量的捕捉,也折射出营销观念的更新。而李俊永表态干好分内事,展现了为当地文旅贡献力量的精气神,同样值得点赞。

在注意力经济时代,“鸡排哥”的独特气质可为城市带来差异化记忆点。一定程度上说,“鸡排哥”让这个瓷都不再“高冷”,而更有烟火气、更具亲和力。即便一些游客冲着品尝鸡排而往,也能为景德镇带来人气。

但是,单凭网红能否撑得起文旅“刚需”?流量能否转变为“留量”?这是网红频出的时代,人们频频发问的话题。

网红的确能为城市带来瞬时流量,一个鲜活的个体、一段有趣的故事、一套标志性动作,通过社交平台广泛传播,都能在短时间内引发关注,为城市带来大曝光量。

也要看到,这种走红模式往往具有一定的偶然性,有时流量来得快,去得也快;网红红得快,往往沉寂得也快。没有扎实的日常基础,没有长期的精心营造,没有系统性的应对之道,没有厚积薄发的运营模式,网红效应只能是昙花一现。游客因网红而来,却可能因现实体验不好,失望而去,甚至在网留下负面评价。这种“高开低走”的反差并不鲜见,最终反而会损害城市口碑。

网红效应与日常建设应该是相辅相成的。网红热点可以作为引人入胜的“导语”,日常建设则是承载游客体验的“正文”。说到底,文旅发展的核心竞争力,终究在于常态化的积淀与建设,包括但不限于:完善的基础设施、合理的旅游动线、独特的文化体验、规范的市场监管、友好的公共服务。理想的状态是,以网红吸引初始关注,以优质日常体验将“流量”转化为“留量”,让游客成为自发宣传者。

对城市管理者来说,善用网红最大的考验不是如何抓住流量,而是如何激发“留量”。以此为契机,在热度之下默默耕耘,做好那些不显山露水却至关重要的日常工作,更显智慧。推动“网红”吸引力与“长红”魅力真正结合,才能成为让人想来更让人想再来的魅力之城。

据人民网

一针见血 >>

马若虎

依赖“智驾神器”无异于“智障行为”

近日,浙江杭州一男子酒后使用“智驾神器”驾车的案件引发关注。

据“临平检察”披露,涉事男子给具备驾驶辅助系统的汽车方向盘加装“智驾神器”,自己却喝醉了躺在副驾驶位睡觉,车辆在无人操控的情况下一度驶上高架。万幸深夜车流稀少,才未酿成惨祸。涉事男子最终被判犯危险驾驶罪,处拘役一个月十五日,并处罚金4000元。

所谓“智驾神器”,是一种能“骗过”车辆方向盘检测系统的配件,使驾驶辅助系统在司机脱手的情况下能持续运行。今年4月,公安部道路交通安全研究中心明确指出,使用此类产品属于妨碍安全驾驶行为,将依法处罚,若引发交通事故需承担主要责任。

醉驾本是拿命赌,再加上“智驾神器”的欺骗性操作,就更加致命。

在目前的技术水平下,“智驾”并不是全自动驾驶,“智驾神器”能骗过冰冷的传感器,却骗不过潜藏的致命危险。守住法律底线,守住驾驶责任,切莫让“智驾神器”成为“智障行为”。

据新华网

诗画同评

曹一/画 穆亮/诗

当心蟹卡诈骗



又到仲秋蟹肥季
乐享美味挺快意
有人快递寄大礼
提货卡片送惊喜
此等幸运别上头
背后有坑等着你
警方专门发提示
防骗三招要牢记
不扫可疑二维码
不收陌生的快递
情况不明就报警
千万莫贪小便宜

又到了吃蟹季,赏秋吃螃蟹是一件乐事,却也成了提货卡诈骗“傍”上的新噱头。近来,不少人收到天降“蟹礼”,多为需扫码、预约提货的卡片,警方提示:天上不会掉馅饼,更不会掉大闸蟹。

近日,南京市民林先生收到一份匿名快递,打开一看是一张面值500元的蟹卡。蟹卡制作精美,正面印有“阳澄湖”“1688型尊享版”等字样,背面印有提货二维码。林先生没有去扫卡上的二维码,而是报警求证。

民警赶到林先生家中核实,发现一旦扫描蟹卡上的二维码,就陷入一场精心设计的骗局:先是链接到在线客服对话框,领取小红包等“甜头”,再步步引导做任务、诱导大额充值,直到受害人发现再也提现不了“奖励”……

警方介绍,其他套路还有下载“专属APP”、参加“满赠活动”等,环环相扣,最终目的都是获取受害人的银行账户信息。更凶险的是,有些蟹卡二维码就是木马程序,其中有的甚至能自动拦截银行短信验证码。

这类骗局呈现三大新套路:一是提前造势搭建假官网,甚至购买搜索引擎关键词广告,为钓鱼网站引流;二是通过黑灰产渠道获取个人信息,针对性寄送蟹卡;三是编造某些知名商家、购物平台“答谢老客户”的“局中局”,诱人扫码。

警方提醒,远离蟹卡诈骗牢记三招:陌生快递不收,可疑二维码不扫,搞不清情况就报警。

文图据新华社

有话直说 >>

胡欣红

卖不完的月饼应有合理去处

中秋过后,包装精美、寓意团圆的月饼,一夜之间从“宠儿”变为“弃儿”。超市工作人员介绍,未卖完的月饼将全部下架寄回厂家。河南某月饼生产厂家表示“没卖完的月饼,我们会在中秋节当天低价卖给附近的超市,他们打折销售,打三折甚至更低。”此外,还有商家会把没卖完的月饼当作福利发给员工。

中秋好过,月饼有愁。作为时令性的传统美食,“月饼去哪儿了”背后涉及的食品浪费问题不容忽视。量入为出,从源头重塑月饼的制作与定位,是破解浪费的关键。市面上的月饼多以高糖、高油、高脂为特点,让不少进行体重管理的消费者望而却步。若能转变制作理念,打造更多低糖、低脂、便携的“打尖食品”,不仅可以满足消费需求,还能打破月饼“中秋专属”的局限,成为全年可食用的食品。当月饼不再依赖节日热度,其消费周期便会延长,浪费自然会大幅降低。

对已产生的剩余月饼,变废为宝的二次利用是减少浪费的重要抓手。社交平台上,网友们

晒出“月饼沙拉”“酸奶水果月饼杯”等创意吃法,有媒体推广过“月饼饮料”的制作方法——将剩余月饼与日常食材结合,既丰富了口味,又避免了浪费。企业与商家则可借鉴上海“零废弃月饼大作战”的模式,将未过期的剩余月饼进行深加工——五仁馅搭配椰枣制成能量棒,饼皮碎混合谷物做成早餐麦片,让原本可能被丢弃的月饼焕发新价值。这种“改造式利用”不仅降低了浪费,还为月饼赋予了新的消费场景,让传统美食更好适配现代生活方式。

公益力量的介入,能为剩余月饼开辟温暖的“第二归宿”。上海绿洲公益发展中心发起的“月饼零浪费大募集”活动已持续多年,号召市民捐赠未开封、保质期充足的月饼,通过“食物银行”分发给社区低保人群、环卫工人等群体。2015年落地的上海首家社区型“食物银行”,至今已建立100多个循环点,借助区块链技术确保食品溯源安全,既让剩余月饼发挥了社会价值,又避免了资源浪费。这种模式不仅在上海推广,还辐射到其他城市,形成了“捐

赠——分拣——分发”的完整链条。当月饼从闲置的“甜蜜负担”变为传递温暖的载体,其文化意义也得到了延伸——团圆的寓意不再局限于家庭,更扩展到对弱势群体的关怀。

杜绝月饼浪费,还需监管与消费观念的双重护航。反食品浪费法明确要求,食品经营者应对临期食品分类管理、特别标示。监管部门应健全节令食品日报制度,追踪月饼的产量、销量、销毁量,严防过期月饼回流市场或被违规加工。消费者也需树立理性消费观念:根据实际需求购买,避免因“面子消费”囤积过多;收到多余月饼时主动参与公益捐赠或创意改造,而非让其在角落过期变质。

化解月饼浪费,既是对粮食资源的珍惜,也是对传统文化的守护。从源头定位的重塑到二次利用的创新,再到公益力量的助力,需要充分发挥企业、消费者、社会的智慧。当月饼不再是中秋的节日符号,而是融入日常、传递温暖的美食,它才能成为跨越季节、连接情感的美好存在。

据新华网