

政府食堂“出圈”，文旅经济的“公开课”与思考题

本报评论员 吴迪

客53.36万人次,同比增长176.20%,创新高。与此同时,湖北赤壁、浙江衢州、安徽黟县、江苏东海等多地政府机关食堂纷纷开门迎客,备受好评。

政府机关开门纳客,不算新鲜事。此前,有的政府大院向市民开放参观、有的机关停车场免费对外开放,收获不少赞誉。此次政府食堂“出圈”呈现两个显著特征,一是数量多,多地政府食堂不约而同对外开放并成为网红打卡点,让文旅经济的边界进一步拓展;二是影响大,以往个别政府机关开放停车场或食堂,影响力半径多是辐射周边市民,而如今上述食堂吸引了不少外地游客慕名前往,实打实带动了当地文旅经济发展。

事实上,今年“五一”假期,不少地方在“宠客”上都下足了功夫、拿出了诚意。比如,陕西诸多文博单位延长开放时间并开放“夜场”、增加门票供应,开设定制公交线路,让游客省心省力;又如,山东日照为了让游客“都不白来”,在赶海活动中人工撒3000斤蛤蜊供游客捡拾。在文旅经济从“卷硬件”转变为“卷服务”的当下,向游客提供情绪价值已经成为公认的“流量密码”。

从本质上看,上述种种举措都是为了让游客有获得感,让“乘兴而来尽兴而归”落到实处,即人们所期待的“高性价比给足、情绪价值拉满”。这也是政府食堂假期“出圈”的根源所在——“10元自选套餐”,分量足、价格实惠,不用担心被宰和卫生问题,这是性价比;政府用开放包容的姿态拉近与游客的距离,这是情绪价值。这种旅游资源之外的体验感和获得感,越来越成为文旅经济中难能可贵的“软实力”。

当越来越多地方结合本地实际推出新的“宠客”举措并获得成功时,可以说,曾经的“流量密码”已经升级为“公开课”——游客需要什么、相关方面该如何做,早有先行先试的地方“划了重点”。这背后凸显的是文旅经济转型升级的脉络:从以往“想来就来、爱来不来”的被动思维,转变为“听劝”并付诸行动,如提供更多个性化服务和选项,竭尽全力免除游客诸如停车、排队、如厕、维权等后顾之忧。

我们欣喜地看到,在各地文旅产业的努力下,今年“五一”期间,各地假日经济繁荣活跃,勾勒出一幅人气旺、市面暖、活力足的假日图景。商务部商务大数据监测,“五一”假期全国

重点零售和餐饮企业销售额同比增长6.3%。但与此同时,“视障人士携带盲犬入住酒店遭拒”“某景区客流超负荷游客高喊‘退票’”等新闻也一度冲上热搜,这在文旅业“花式宠客”的语境下成为典型的反面教材。显然,如何从一堂堂“公开课”中汲取养分为我所用,是摆在更多地方面前的思考题和必答题。

旅游,表面是欣赏湖光山色、游览名胜古迹,实则是强化人的正向感受,让游客在与旅游目的地千丝万缕的链接中,被看见、被重视、被善待,期待与诉求被满足。因而,发展文旅经济,绝不仅仅是靠各类宣传赚个知名度,更在于方方面面的周到服务,为游客提供“不虚此行”的体验。这背后关乎服务链条的延长与完善,关乎治理体系的协同优化,期待更多地方通过积极实践,不断贡献智慧与治理样本。

从庄严的政府大院传来百姓欢声笑语、飘出人间烟火,到文博场馆“超长待机”……一座城市的待客之道和精神风貌在一桩桩小事中变得具体可感。希望如此令人向往的城市,周到细致的服务能够成为一面旗帜,持续激发文旅市场的无限生机与活力。



网评

辅警能否转正，期待良性互动成为一种常态



龚先生

近日，一则“新疆00后女辅警下井救人”的新闻引发关注，网友呼吁为该辅警“转正”。随后，微信公众号“新疆发布”表示“转正”有着严格的条件和认定程序。

英勇救人、授予奖励、呼吁“转正”、官方回应……这一事件折射出社会上广泛存在褒扬善举的价值观，同时，这也是公众意见与相关部门决策的一次良好互动，为社会治理中如何平衡民意与规则打了样，诠释了“敢回应、会回应”的重要，彰显了“规则之下有温度”的治理智慧。期待这种良性互动、双向奔赴，成为一种日常。

网友跟贴——

@风行者：有理有据有温度，愿这样的官方发布多一些。

@无疆：既讲清了法和理，又兼顾了情和义。



阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

“网约摩托车”成新宠，安全与监管不能掉队

吴睿鹤

近日,多个“网约摩托车”平台上线。有司机表示,因为刚刚上线,订单不是很多,平台会进行安全培训。平台表示,相比于资质问题,更大的难题在于安全,所以在这方面下了很大功夫。(5月1日《红星新闻》)

“网约摩托车”丰富了人们的出行选择,契合快节奏生活下大众对便捷出行的追求。在交通拥堵的大城市,摩托车凭借小巧灵活的优势,大幅压缩出行耗时。对于短途出行,“网约摩托车”的价格优势更是显著。部分地区,其起步价仅五六元,对注重性价比的消费者而言,吸引力十足。在公共交通覆盖薄弱区域,“网约摩托车”填补了出行空白,满足了居民的出行需求。

然而“网约摩托车”在快速布局的背后,也暴露出诸多隐患。首先是安全问题,摩托车行驶中若缺乏有效防护,司乘人员均面临极高的伤害风险。其次还有路线问题,驾驶员能否按照系统设定路线行驶、如何确保遵守交通规则,都是未知数。此外,营运资质不明晰,也严重制约行业发展。以往,很多中小城市大量存在“摩的”就业群体,他们大多是零散就业人员,没有固定的营运时间,也几乎不受任何行业监管,而当“网约摩托车”成为新的就业方向,这些人的驾驶资质、营运资质等都需要进一步把控。尤其是,眼下多地法规尚未明确摩托车载客的合法性,导致“网约摩托车”处于监管“灰色地带”。驾驶员资质审核、车辆保险等方面,缺乏统一标准,大大增加了监管难度。

面对这些难题,有关方面要及时探寻解决路径。职能部门应加快完善相关法律法规,明确“网约摩托车”的营运资质与监管细则,强化驾驶员资质审核与培训,提升其安全意识与服务能力;同时督促平台为车辆购置足额保险,切实保障乘客合法权益。平台自身也要扛起社会责任,借助技术手段,实时监控车速、行车路线,确保司机依规行驶。

“网约摩托车”为出行市场注入了新活力,给大众带来了更多出行选择。但要实现健康、可持续发展,离不开各方协同发力。唯有在保障安全、规范运营的基础上,“网约摩托车”才能真正成为便捷出行的得力助手,而非令人忧心的监管难题。

王志顺

据5月5日中新社报道,“五一”假期,杭州西湖边的画舫上,轮椅与普通游客的座位并肩而立;良渚古城遗址公园的导览屏前,视障游客的指尖轻触盲文、耳机里流淌着五千年前的文明密码;南末德寿宫的展厅内,数字人“小莫”用手语为听障者讲述宋代风华……这些场景,构成了杭州“无障碍一日游”的生动图景。

一座城市的温度,很多时候藏在对“少数人”需求的精准回应中。西湖景区以移动设施破解文物保护与无障碍需求的矛盾,良渚古城用盲文触屏与语音导览填平信息鸿沟,德寿宫借数字技术让文化对话跨越感官障碍——这些创新本质上是用心换心的设计。它打破了横亘在特需群体面前的隐形高墙;不是残障者“无法抵达”,而是社会尚未提供“自由抵达”的路径。当公共服务从“标准化供给”转向“个性化关怀”,“平等”便不再是抽象的口号。

“无障碍旅游”走红,更深层的意义在于重构了社会对“尊严”的认知。过去,残障人士群体常陷入双重困境:物理空间的阻隔固化了“被照顾者”的身份标签,而过度聚焦“特殊关怀”又无形中强化了该群体的“异质感”。杭州的探索则给出了另一种答案——无障碍设施建设不是对弱者的垂怜,而是对每一个群体应有的权利的保障。真正的尊严,不在于被特殊对待,而在于被平等地“看见”。

然而,将个别“盆景”培育成普遍的“森林”,仍存在诸多现实困境。临时增设的无障碍设施能否抵御时间冲刷?智能导览系统会否因运维成本过高沦为摆设?不同景区参差不齐的服务标准又该如何统一?这些问题的答案,关乎城市治理的智慧——既需政府部门丰富手段平衡商业逻辑与人文关怀,也需通过立法将无障碍建设从“道德自觉”升格为“制度刚性”。事实上,推婴儿车的父母、拉行李箱的游客、腿脚不便的老人,乃至每一个终将老去的普通人,都是无障碍环境的潜在受益者。唯有当社会理解这份“普惠性”,无障碍才能真正成为城市的基因。

联合国《残疾人权利公约》中将无障碍视为“通向包容社会的钥匙”,而在杭州的湖光山色间,我们正目睹这把钥匙如何开启新的文明图景。当特殊游客与普通游客共享同一片山水,当科技的冷感被注入人文的体温,城市的现代性与文明程度便不再以摩天大楼的高度衡量,而在于它能否让最微小的个体都活得舒展。

未来,期待更多城市将无障碍建设视为基础设施的“必选项”。



图说

据荔枝新闻报道,近日,安徽蚌埠一位老人在手机上误操作下单,免密支付790元买了10筐小鸡崽,一共550只,直到收到货才发现。老人的女儿表示,商家称活物不可以退款,目前已将这些小鸡崽都养在了亲戚家鸡棚里,并提醒大家尽量关闭免密支付。此事一度冲上新闻热搜。

为提升线上支付便利性,一些支付平台或应用推出了不输密码便可一键支付的“免密支付”功能。然而,一些人误触支付键,或点击支付键时默认弹出订单确认页面,都可能会造成误购。保留开通该功能时的询问环节、支付金额的确认环节等,是公众的共同呼吁。此事也折射出老年群体面对智能设备时的困境,有针对性地推出相关应用的“长辈模式”,让老年人既能轻松使用,又能精准避坑,是更迫切的事。移动互联网时代,人性化、有温度、惠及更多群体的功能,应成为各平台的更高追求。

赵春青/图 乐群/文

推动“新职伤”增量扩面,为“小哥”群体多设一道保障

吴学安

新就业形态劳动者可以同时主张赔付“新职伤”险与商业意外险吗?据5月1日光明网报道,日前,北京金融法院召开新闻发布会,据法官介绍,新职伤险与意外伤害保险虽性质不同但亦不冲突,新就业形态劳动者发生相关职业伤害,既有权申请职业伤害保障待遇,又同时有权主张意外伤害保险赔付。

与工伤保险不同,“新职伤”不以存在劳动关系为前提,也不以工资总额为缴费基数,而是由平台企业采取按单计费方式,按月订单量申报缴费。以外卖行业为例,“新职伤”可以覆盖到每一个人、每一个订单。即使骑手只送了一单,在工作期间受伤依然可以申请职业伤害保障待遇。

自2022年7月起,新就业形态就业人员职业伤害保障试点稳步推进。目前,7个试

点省市累计参保新就业形态就业人员已超过1000万人。这一政策的实施,一定程度上缓解了新就业形态劳动者工伤维权难的困境。特别是对重大伤亡事故,有效发挥了兜底作用,保障了“小哥”们的权益。

新就业形态劳动者权益保障,特别是对重大伤亡的保障,凸显社会保障制度的兜底性。由于新就业形态劳动者工伤赔付案往往涉及第三者责任,因此,应探索“新职伤”增加和完善第三者责任保障,确保新就业形态劳动者在工作中造成他人受伤后,有能力承担相应的赔偿责任。同时,应鼓励平台企业购买补充商业保险,与职业伤害保障形成互补,为新就业形态劳动者提供更全面的保障。

新型职业伤害保障尚在试点发展阶段,或许还有诸多不足和痛点,未来要合力进行疏解。按照目前的“新职伤”制度,职业伤害保障费无须个人负担,由平台企业根据按单计费、按月缴费的原则,实现每单必保、每人

“陷阱”

据荔枝新闻报道,近日,安徽蚌埠一位老人在手机上误操作下单,免密支付790元买了10筐小鸡崽,一共550只,直到收到货才发现。老人的女儿表示,商家称活物不可以退款,目前已将这些小鸡崽都养在了亲戚家鸡棚里,并提醒大家尽量关闭免密支付。此事一度冲上新闻热搜。

为提升线上支付便利性,一些支付平台或应用推出了不输密码便可一键支付的“免密支付”功能。然而,一些人误触支付键,或点击支付键时默认弹出订单确认页面,都可能会造成误购。保留开通该功能时的询问环节、支付金额的确认环节等,是公众的共同呼吁。此事也折射出老年群体面对智能设备时的困境,有针对性地推出相关应用的“长辈模式”,让老年人既能轻松使用,又能精准避坑,是更迫切的事。移动互联网时代,人性化、有温度、惠及更多群体的功能,应成为各平台的更高追求。

赵春青/图 乐群/文

文旅推介,可以通俗不可庸俗

郭元鹏

在文旅推介中,不乏剑走偏锋者,从俊男靓女的媚俗化表演,到搞怪扮丑的庸俗化套路,再到肤浅浮夸的娱乐化宣传,画风逐渐走偏、举止愈加出格。这不仅有损党员、干部形象,也影响大家对当地的观感,偏离了文旅推介的初衷。(见5月6日《人民日报》)

扮古风、秀双语、展才艺……在文旅产业蓬勃发展的当下,文旅推介成为展示地方魅力、吸引游客的重要手段。众多干部积极参与其中,不少尝试“叫好”又“叫座”。这些积极的探索表明,在合适范围内创新推介方式是值得肯定的,既能展示干部的才华,还能为地方带来财富,也让网友看到了“不刻板的村干部形象”。

然而,部分干部的文旅推介方式却在“通俗”的道路上渐行渐偏,甚至滑向了“庸俗”的泥沼。在网络的热潮中,我们看到了一些不和谐的画面。有的男性干部头上戴着花朵,喊着:“宝,快来呀!”有的女性干部躲在风景里,说着:“大王,快来抓我呀。”此类现象并非个例,这种过度追求娱乐化、博眼球的推介方式,与文旅推介的本质背道而驰。

基层干部作为地方发展的引领者和服务者,其一言一行都代表着当地形象。文旅推介本应是通过真诚、客观地展示地方文化、旅游资源,吸引游客前来体验,从而推动地方经济 and 文化的繁荣。当推介方式变得庸俗时,不仅严重损害了党员干部的形象,更会让游客对当地产生不良观感。游客选择旅游目的地,更多的是看中当地的自然风光、人文底蕴和特色美食等,而非靠低俗的口号和无意义的表演。过度追求标新立异,只会在游客心中留下负面印象,适得其反。

旅游的“宝”不是喊来的,游客的“大王”不是抓来的。真正的文旅推介应注重挖掘地方特色,打造具有吸引力的文旅品牌。干部在文旅推介中,应深入挖掘地方的历史文化、民俗风情等独特元素,以通俗易懂、真实生动的方式呈现给游客,让游客感受到地方的魅力与温度。

文旅推介,可以“通俗”不可“庸俗”“媚俗”,千万别把力气用错了地方!

媒体声音

◇网络表达是不是非“梗”不可

“nsdd”意为“你说得对”,“DDDD”代表“懂的都懂”……社交媒体“黑话库”不断扩容,网友吐槽如同破解摩斯密码。

《北京日报》评论说,一些网络烂梗正渗透到现实生活中,不断影响大众语言体系。特别是很多“紧跟潮流”的未成年人,更容易被其带歪。抓住这种从众心态,某些人把造梗、传梗当成了流量密码。近年来,相关部门聚焦语言文字不规范、不文明现象,重点整治突出问题。汉语之美在于形、在于意,更在于风骨。好好说话,真诚交流,多一分语言自觉,也是为文化传承作贡献。

◇别让立体停车库成摆设

为缓解停车难,不少城市小区建设了机械停车库,但部分设备在应用中既用不到又拆不掉,变成停不了车的“僵尸库”。《河南日报》评论说,司机不愿将车停进车库里,主要有以下原因:其一,立体停车位面积较小,停车难度较大;其二,由于设备年久失修,可能出现车辆坠落或被污染的风险;其三,机械式停车设备属于特种设备,需由有资质的专人操作,且需定期维护保养。让车位物尽其用,需要多部门共同发力。摸排闲置、停用停车场情况,按照“病灶”分类处置,盘活沉睡的停车资源,才能切实缓解城市停车难题。

◇取消“大小周”,只是破“内卷”的第一步

最近,继快手、字节跳动等知名互联网企业取消“大小周”以后,小红书也宣布不再实施“大小周”的工作安排。

中国青年报客户端评论说,如果用人单位不在根本上做好人力支出与工作任务的平衡,更多依靠增加劳动者工作量而非激发其创造力的方式保持竞争力,那么,取消“大小周”的意义就依然停留于表面。落实劳动者的休息权,不仅需要用人单位增强劳动者权益保障意识,也需要自上而下的推力。毕竟,只有当所有企业共同遵循这项原则,才能避免“破窗效应”或“剧场效应”。(陈曦 整理)