

评论员观察

消费『挖潜』发展『提速』

来论

让入境消费“流量”变“留量”

北京市海淀区 陈 鸣

前不久,多语种《北京离境退税指南》和北京离境退税商店电子地图上线发布。境外游客通过手机即可查询退税条件、办理流程,还能快速定位退税商店。以数字化手段优化入境消费体验,赢得游客点赞。

入境消费热度不断提升,离不开便利服务的持续助力。比如,上海实现5.7万家商户、8.5万余台终端支持受理境外银行卡。又如,深圳已有超400家“即买即退”离境退税商店,海量低价商品吸引境外游客“买买买”。从签证、航班,到酒店、支付,相关部门对境外游客入境消费进行全流程梳理,哪个环节不顺畅就打通哪个环节,有什么问题就解决什么问题,让境外游客买得省心、玩得尽兴,彰显出进一步深化改革开放的诚意。

发展入境消费,还需多措并举。从建设入境提货点等设施,到推广邮寄到家服务;从规范外国语言标识,到开发针对境外游客的应用程序……优化入境消费体验,不妨从细节入手。既改善服务,打造国际化消费环境,也增加供给,创新多元化消费场景,如此才能将入境消费的“流量”变为“留量”。

各位读者,本版“大家谈”“暖闻热评”“中国道路中国梦”“来论”等栏目长期征稿,欢迎赐稿,请勿一稿多投。

本版邮箱:rmrbpl@peopledaily.cn(来稿请注明栏目名)

本版责编:李 斌 周珊珊 李铁林

人民时评

发掘户外运动这座富矿

周人杰

车赛、九大高原湖泊山水联赛等赛事串珠成链;特色船坞夜钓、热气球升空、古镇定向跑,体验者在浙江湖州南浔享受户外休闲之趣;河北张家口崇礼的夜晚滑雪让人头顶星空、脚踏雪浪,分分钟有贴地飞行的刺激……发展户外运动具有综合效益,是满足人民群众日益增长的运动健康需求、推动全民健身及相关体育产业发展、促进绿水青山向金山银山转化的重要举措。

聚焦户外运动目的地建设靶向发力,政策支持更有针对性。今年初发布的《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》提出,到2027年初步形成一批较为成熟的高质量户外运动目的地,到2030年建设100个左右高质量户外运动目的地。

建设高质量的户外运动目的地,具有“以点带面”作用,既能有效延链强链,又能培育新的经济增长点,可谓一举多得。

我国地域辽阔、山川秀美。建设户外运动目的地,既能发挥拥有世界一流自然资源的优势,也能满足乡村发展的现实需求。



贵州贵阳市花溪区大学城,众多求职者在贵州财经大学专场招聘会现场求职。  
乔启明摄(影像中国)

不久前,教育部等7部门联合印发通知,决定开展高校毕业生等重点群体促就业“国聘行动”。通知要求各地各单位深入挖掘就业岗位、集中发布就业信息、开展宣传推介活动。丰富招聘形式、加强就业观念引导,有利于推动高校毕业生投身重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业创业,打开职业发展新天地。

这正是:  
广开门路聚英才,  
职普融通筑舞台。  
众力合扶鸿鹄志,  
青春报国向未来。

邓 言文

“键对键”也能“心贴心”

刘 凯

小程序,及时对市民反映的问题作出回复,确保“小事”不被“小视”。现实中,政府部门职责难免存在一定交叉,需要党员干部跑好接力赛,交棒的多跑两步,接棒的提前伸手,避免民生诉求无人听、无人管。我们倡导“首接首办”,问题反映到哪里,哪里就是第一责任人,绝不让群众带着疑问离开。不是分内之责,就负责协调;不符合政策,就耐心解释;不能拍板决定,就抓紧上报……认真倾听群众诉求,杜绝“该问题不归我单位管辖”等一推了之的答复,就能在细微之处见真情、暖民心。

打造问题解决“加速器”,实现从“有地说”到“有人办”。问题是工作的方向,建议是改进的契机。我们构建网络诉求征集、吸纳、办理、反馈闭环机制,通过办理网民留言及时解决问题。针对预付式消费卡退款难开展全面整治,当月诉求量就下降超50%;针对供暖投诉多发频发,依托“冬病夏治”“访民问暖”等方式及时排除设施故障。我们深切感受到,“利民之事,丝发必兴”,与其拖到群众满腹怨气才办事,不如一开始就主动上手。从解决就业、住房等“民生大事”,到处理停车难、噪声扰民等“关键小事”,我们线上听民声、线下解民忧,热线工作群众满意率全省第一,市政府连续3年获评人民网网上群众工作“民心汇聚单位”。坚持“有解思维”,奔着问题去、盯着问题改,确保各类诉求得到积极回应,才能将网上群众路线真正走深走实。

纵横  
涉农短视频莫打歪主意

乔金亮

近期,多地公安机关接连破获多起利用虚假视频引流牟利的案件,这些案件以“卖惨”“扶贫”等为噱头,编造假剧情、立悲惨人设,借机带货敛财。

恶意炒作“三农”话题的网络歪风中,虚假助农的苦情戏里,暗藏着非法敛财链。近年来,网络上不乏通过虚构场景和事实,假扮苦劳来收割流量牟利的行为。

比如,网络上曾出现多个情节类似的短视频:老人向路边车辆推销石榴,车内人员却将石榴扔到地上,老人默默捡起石榴……如此情节让网友“破防”,但经调查,视频均系商家虚假摆拍,目的是引流牟利。目前,多起网红打着助农旗号摆拍虚假视频、销售假货的案件已被有关部门破获、查处。

涉农虚假内容攀上短视频、直播等形式,容易迅速传播并发酵。造谣者利用人们对粮食安全和农业生产的高度关注,设计耸人听闻的标题;又利用人们对农业农村的不够熟悉,配上或移花接木或无中生有的视频片段,恶意炒作。如此编故事,目的是博眼球,最终还是为了卖货。此类违法行为,借了农民的名,损了农民的名,透支了公众信任。显然,不能让这类虚假助农、卖惨直播歪曲了助农带货。眼下,有关部门深入开展相关专项行动,集中整治短视频领域恶营销突出问题的。

很多乡村拥有丰富的农副产品、文旅资源,却苦于藏在深山人未识,迫切需要网络流量的助推。短视频直播,可以生动展现乡村生产生活的各方面,吸引更多人的关注。这些主播中的佼佼者,以流量帮助乡亲们销售产品、提高收入、改善生活,也带动了创业和就业。他们展现了乡村人才的水平,让人感慨“高手在民间”。这类新业态的发展,便利了农产品销售,促进了农民增收。对于此类正规的助农直播带货,要加大支持力度。

由此而言,涉农短视频要让农民成为流量的受益者。地要怎么种,钱从哪里来,如何让乡村的发展机会吸引人,怎样让乡村的环境留住人……破解这些乡村全面振兴难题,既要打击乱象,更要善用流量,让流量成为乡村振兴的宝贵增量。贵州榕江打造“贵州村超乡村主播”劳务品牌,重庆实施“乡土网红”培育工程,这些举措都发挥了积极作用。各种联农带农的具体模式,各地不妨继续探索尝试。

当前,我们正举全党全社会之力推进乡村全面振兴。端牢饭碗,振兴乡村,离不开田野间的辛勤劳动,也离不开风清气正的网络空间。对网友来说,别被一些炒作话题带偏了节奏,保持审慎态度,注重思考判断,这也是在为乡村全面振兴贡献自己的一份力量。对涉农自媒体来说,在享受流量滋润和乡村红利的时候,也应积极承担社会责任,守住合法合规的底线。

(摘编自《经济日报》,原题为《涉农直播莫打歪主意》)

下好服务群众“先手棋”,变“救火式应对”为“预见式服务”。解决民生问题应避免“就事论事”,要善于从一个人的诉求看到共性问题,从一群人的建议中找到解题之方。借助数字技术,我们能够发现更多风险隐患。比如,大数据分析发现,老旧小区供水管网老化诉求较为集中,我们对问题集中的12个小区管网进行改造,投诉迅速减少。此外,群众可通过网络参与城市管理,在选择居家养老配餐企业、优化城市公交线路等事务中建言献策,助力决策更接地气。数智赋能推动服务升级、流程优化、制度再造,使治理者“看见问题”更“预见问题”,使“接诉即办”升级为“未诉先办”,助力广大群众更好共享数字化发展成果。

网上群众路线,连的是网络,通的是民心。真正从群众需求、群众感受出发,就要少一些“我认为”“我不管”。把群众“小事”当作自己“家事”,把群众“难事”当作自己“心事”,让响应更快速、办理更高效、反馈更及时、服务更暖心,我们定能用担当托起群众的期盼,交出一份份优异的“民心答卷”。

(作者为甘肃省嘉峪关市委副书记、市长)