

城市锐评

推动冰雪运动旅游热持续长久

■潘锋印

又是一年新雪季。近段时间,随着多地气温下降,冰雪旅游热度持续升温,各大滑雪场陆续开板迎客,多地滑雪场订单销售量、预售量创2019年以来新高。

河北省张家口市崇礼区文化广电和旅游局数据显示,进入新雪季以来,崇礼冰雪旅游热度高开高走,自11月8日至今,全区已累计接待游客18.11万人次。

如今,把冰雪文化旅游、冰雪体育运动、冰雪研发制造、冰雪体验服务等与经济发展结合起来,发挥冰雪资源优势、发展冰雪经济、增强冰雪经济吸引力和竞争力,正成为各地方培育经济发展新动能的重要选择。

冰雪旅游种类丰富,形式多样,可满足不同年龄、不同门槛的消费人群需求,有利于我国进一步扩大内需、刺激消费,为地方经济发展增添活力。自北京成功申办冬奥会以来,冰雪运动的种子在全国各地生根发芽。数据显示,我国居民参与过冰雪运动的人数已达到了3.46亿,成功实现了“带

动三亿人参与冰雪运动”的目标。当前,不仅北方城市滑雪运动盛行,在广东广州等南方城市,室内滑雪场和溜冰场的热度也在持续攀升。同程旅行近日发布的《2023年滑雪旅行趋势报告》显示,11月第1周,“滑雪”相关搜索热度环比增长120%,滑雪场门票和滑雪相关度假产品预订量环比增长超过100%。冰天雪地也是金山银山,各地充分利用自身的冰雪文化资源优势,制定科学的战略计划,加快发展冰雪经济,打造区域经济发展新引擎。

大力推广冰雪运动,丰富人民群众的冬季体育生活,各地要持续强化战略规划布局,构建适合群众冰雪运动发展的政策体系,建设利用好冰雪场地设施,加强冰雪体育教育,夯实冰雪运动发展的群众基础,持续释放“三亿人参与冰雪运动”的综合效应。同时,加强多元供给,调动社会力量,通过政府、社会、市场的手段,整合资源和力量,提供高质量的冰雪公共服务,建立多元的赛事活动体系,为人民群众提供更多的参与冰雪运动的机会,把群众冰雪运动热情保持下去。

推动冰雪经济高质量发展,各地可以借助数字经济发展机遇,拓展“冰天雪地”向“金山银山”的转化路径,做大做强冰雪产业,做优做实冰雪文化,完善集冰雪运动、冰雪装备和产业服务为一体的冰雪产业链,推进冰雪产业的高质量发展;结合区域资源特点,做强“冰雪+”,开发融滑雪、登山、徒步、露营、冰雕等多种文化和旅游项目于一体的旅游产品,把冰雪旅游玩出更多花样,以满足不同群体的消费需求;加强冰雪运动、文化、装备制造深度融合,把冰雪之外的更多地方资源带入消费循环和产业链条,延长产业链、拓宽产业面,培育新的产业生态,增强冰雪消费品质,让冰雪运动持久地热下去。

让冰雪运动成为百姓的一种生活方式,我们还要坚持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,通过科技创新、制度创新、文化创新来推动冰雪运动发展的质量水平,营造浓厚的冰雪运动氛围,推动冰雪运动普及发展,实现冰雪运动的大众化,让冰雪运动持久热长久热下去,更好地赋能经济发展和人民美好生活。

乱象

有媒体报道,一些心理咨询平台、机构收费动辄数千元甚至上万元,咨询师的水平却参差不齐。在一些机构的包装下,心理咨询师培训合格证被说成是“从业资格证”;还有机构声称,只要刷满课时,拿证上岗当心理咨询师只需几个月;在这样的平台上,毫无相关知识和技能的人,可以速成为所谓的“心理咨询师”,并利用这一身份上岗赚钱。心理咨询相关的行业乱象亟待规范治理,应受到相关部门的重视。

中新社发 朱慧卿作



微言微语

市集经济为何能这么“火”

背景:

赶大集,留存在不少人的记忆深处。在电商购物发达的今天,这种传统的商贸形式却重新焕发生机,在多个城市展现出旺盛的生命力。复古市集、非遗市集、后备箱市集、美食市集、潮流市集、艺术市集……随着政策扶持和线下消费回暖,市集经济呈现井喷式发展态势。

王轶:充满烟火气的市集是自古就有的商业模式。市集不仅提供丰富多彩的商品和服务,也是一个社交平台,促进人与人的交流沟通,从多个角

度满足人们对美好生活的追求。

郭存举:首先,消费活力无处不在。各具特色的主题市集吸引着不同兴趣圈层的消费群体,成为都市一道亮丽风景线。其次,消费场景得以延伸。由于市集的兼容并包,更多业态涵盖其中,市民能获得满足感。市集的摊位不完全固定,会给消费者多一份新奇和期待。对于多数人来讲,赶集不仅为了购物,更为体验一种轻松的状态,感受浓郁的生活气息。再次,消费体验持续提升。对于追求时尚潮流和标新立异的年轻人来说,差异化个性化的生活体验更能彰显生活态度。随着种类

繁多的特色市集在各地落地开花,赶集已经成为一种新兴的生活方式。

《昆明日报》:当城市被地摊经济和夜经济的概念唤醒,创意市集变成各大商场争相布局的香饽饽,热闹之余,市集同质化、商品质量参差不齐、摊位费越来越贵的困境也逐渐浮出水面。市集经济是社会主义市场经济的重要补充,能满足城市、农村生产者和消费者在生产和生活方面的某些需要,并能活跃和促进商品经济的发展。有关部门要制定切实可行的规章制度,规范市集从业者的经营行为,引导市集经济健康发展。

察言观社

食品数字标签试点保障消费者知情权

■李英锋

目前,食品数字标签试点正在20余家企业发展,超过40款产品加入了数字化标签的试点工作,覆盖粮油、肉制品、方便食品、坚果、饮用水、饮料、乳制品、焙烤食品、保健食品、酒类等主要大宗食品类别。部分产品已经进入市场,其他产品预计也将在年底前陆续进入市场。未来,试点范围还会进一步扩大。

对很多消费者尤其是老年消费者而言,阅读食品包装标签上的信息是一件很费眼力的事情。一些食品标签存有字体较小、字迹模糊不清、关键信息位置隐蔽等问题,给消费者制造了阅读障碍,成了消费者行使知情权、监督权的拦路虎。

近年来,消费者的食品安全意识和营养健康意识不断增强,通过阅读食品标签了解食品的生产日期、保质期、营养成分、产地等信息,进而保障食品选择精准性、合理性、安全性的需求日益增长。由于食品包装提供的标签标识版面普遍有限,一些企业的法律意识、说明告知意愿、设计理念等也存有短板,不少食品的标签信息缺乏显著性、便利性,难以满足消费者的阅读需求。

食品数字标签“印”在食品的标签二维码上,消费者用移动设备扫描二维码后,会显示出一张长长的彩色标签,标签上清晰地呈现产品类别、产品标准号、配料表、贮存条件、营养成分表等产品信息。数字标签没有版面限制,信息容量更大,消费者还可以通过页面放大、语音识别、视频讲解等多种功能更便捷获取食品信息。在推行数字标签的同时,传统标签的一些标识内容也会被强制保留,双阅读通道可以满足不同消费者的多样化阅读需求,让消费者的知情权更丰满。

食品数字标签还具有便于维护的特点,有助于企业提升食品标签管理工作的效率和准确率,可减少企业在标签设计、印刷等方面的投资,减少包装材料和油墨的使用,既能降低企业的标签维护、调整成本,也能起到节能降耗的作用,契合绿色发展理念。

目前,食品数字标签还处在试点阶段,而食品数字标签应用场景的进一步拓展必须以规则建设、标准完善为基础。相关部门应按照相关法律法规和国家标准的要求,针对数字标签的特点,抓紧研究制定食品数字标签的应用规则、标准和管理办法,给食品企业规范标注、监管部门执法监督、消费者维权提供明确、权威的依据和指南,助推食品数字标签进入标准化轨道。

食品数字标签是一种有益的食品信息标注模式创新,顺应了数字时代、智能时代发展的新趋势,顺应了消费者数字阅读以及监管部门数字监督的新需求。希望有关部门在推进数字标签试点工作时,不仅在食品领域扩大试点范围,还可以在药品、化妆品等其他商品领域进行探索;同时充分考量老年消费者的需求,在推行传统标签适老化改造的基础上,强化数字标签的适老化功能,谨防数字标签成为数字障碍。