

提高政治站位 决胜脱贫攻坚

陈发明



一些地方和单位暴露出贯彻落实中央决策部署存在落差、偏差的问题，虽然出现在实际工作中，但其病灶还是在思想认识上，没有把脱贫攻坚当作关乎全面建成小康社会的重大政治责任，导致工作上缺少担当、耐心和韧劲。对于中央巡视组开出的整改“药方”，各地、各单位要提高政治站位，不折不扣“照方抓药”

前不久，中央脱贫攻坚专项巡视反馈情况向社会公布。在这份涉及26个地方、单位脱贫攻坚工作的“体检”报告单中，由巡视组发现和干部群众反映的问题不少。其中，有两个“通病”：一是学习习近平总书记关于扶贫工作重要论述不够深入；二是对中央脱贫攻坚决策部署落实不够到位。这两个“通病”其实是一个“病因”——政治站位不高。

习近平总书记关于扶贫工作的重要论述是在长期实践中逐步形成的重要思想体系，既有深邃的理论内涵，也有鲜活的工作思路和方法，并随着脱贫攻坚的推进不断丰富，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，也是我国打赢脱贫攻坚战的行动指南。

多方发力纾解“恶补式旅游”

杨玉龙

据报道，春节黄金周，很多人在家吃完团圆饭，都选择举家出游，国内很多景点在正月初一后都迎来了客流高峰，知名景区更是人山人海。为确保安全，有些景区暂停售票，并提示游客错峰游玩。

国内多个景区出现游客饱和，周边酒店坐地起价，依旧预订爆满一房难求，这样的旅游体验难免让游客不舒服。因此，游园“限流模式”有其必要性，一则景区的承受能力有限，二则景区的安全不能不考虑，三则也是为了游客体验。同时，“限流模式”也是一种无奈，虽然可以缓解景区的压力，却也会给游客带来不便。比如，大老远奔着景区来，却因限流影响出游效率，乃至被挡在门外，无疑会令人扫兴。因而，面对扎堆休假与“恶补式旅游”，无论是“限流模式”，还是高速公路免费通行政策，都不是治本之策。

“习惯”理应让位于规则

史洪举

春节期间，网友曝光有游客在大理洱海边洗车、做饭、洗衣，后当事车主现身主动接受处理，大理市洱海保护管理局依据《大理白族自治州洱海保护管理条例》对其处以2000元罚款。还有网友反映有人在洱海边烧烤，大理市洱海保护管理局执法人员依照规定没收相关烧烤工具，并处罚款200元。

在海边、湖边等风景优美的地方洗车、烧烤可能是不少人的“习惯”。有网友认为这并不是多么严重的事情，甚至有人认为这是大部分人郊游、自驾游时的“标配活动”。他们没有认识到，已经形成习惯、惯例的活动并不代表其符合现代文明和规则。虽然一些地方并未严格禁止在山区、河边等区域从事烧烤等活动，但这些存在污染的行为无疑与爱护环境、减少污染的责任意识和公民意识背道而驰。

《流浪地球》富有中国气质

余惠敏

这个春节最大的黑马是谁？是《流浪地球》！

正月初七上班第一天，春节档中国电影观众满意度调查结果公布了，科幻电影《流浪地球》表现最为亮眼，影片满意度85.6分，列2019年春节档第一位。其观赏性表现尤为突出，位列历史调查231部影片之首。

这是一个凭借优质口碑实现票房逆袭的影片典范。《流浪地球》正月初一上映首日排片仅占11.4%，在春节档8部新片中位列第4，却在上映第3天就逆袭到票房榜首位。到2月10日，其总票房已突破20亿元。

这部电影投资3.2亿元的大片，钱都烧在了影片制作上，所有演员片酬不足百万元，甚至还传出导演郭帆“空手套战狼”的说法，因为片子里最大的明星吴京（《战狼》主演）是零片酬、带资进组拍摄。

在影视圈，“流量”被用来形容那些粉丝多、人气高、影响广、商业价值大的明星。《流浪地球》用不起流量明星，但主创团队富有诚意和创造力的制作却

让这部电影本身成了“流量”——各种热搜有它，热门影评很多，也有娱乐圈“流量”们常见的“招黑”体质，以及粉丝和黑子的大型网络“对喷”现场。

《流浪地球》为啥变成了“流量地球”？首先在于它掐中了观众痛点。

科幻片一直是票房收割大户，好莱坞已经为科幻片树立了技术标准。中国过去也有科幻片，但却没有如《星际穿越》《地心引力》这样展现太空视觉奇观和美妙科学幻想、能反映出一国电影工业水准的科幻大制作。我国改革开放已有40年，国内观众已经被好莱坞大片培养出了对科幻片的高要求，制作放水就可能被群嘲为“五毛特效”。此次《流浪地球》以国际一流水准的精良制作掐中了观众痛点，成为中国科幻电影攀登世界先进水平的重要标志，满足了中国观众对国产科幻大片多年的期待，不爆也难！

更重要的是，影片具有中国特色。

《流浪地球》在制作标准上处处向好莱坞大片看齐，在设定与故事中却处处与好莱坞大片“反套路”。同样面对世界末日，好莱坞大片常见的少量人坐船

计，不可能面面俱到，包罗万象，很多政策方针还需要各地、各部门作为战斗单元详细分解落实。

在此次巡视中，很多地方和单位暴露出贯彻落实中央决策部署存在落差、偏差的问题。有的地方缺乏主动作为，过多依赖中央支持，“等靠要”思想严重；有的单位制定脱贫攻坚配套政策措施不够精准，针对性不够强，政策导向作用发挥不够充分；有的地方执行政策跑偏，要么弄虚作假、降低标准，要么过度帮扶、吊高胃口，有的甚至拿扶贫资金和项目作人情，等等。诸如此类问题，虽然出现在实际工作中，但其病灶还是在思想认识上没有把脱贫攻坚当作关乎全面建成小康社会的重大政治责任，本身就是此次扶贫专项巡视的重点之一，如有心存侥幸者，想在整改时蒙混过关，自有下轮巡视利剑高悬等待。

打赢脱贫攻坚战还有不到两年的时间，已经进入倒计时阶段，但亡羊补牢的时间还有。更何况，如果思想根源上的问题不解决，攻坚克难恐怕就是一句空谈。此役能否决战决胜，脱贫成果到底牢靠不牢靠，人民群众到底满意不满意，历史检验到底过关不过关，广大干部的政治责任和政治担当是根本保障。



春节期间，不少选择旅游过年的人发现，国内很多景区的纪念品“基本都长一个样”，旅游纪念品缺乏地域特色、缺乏创意开发，同质化严重。那么，该如何让旅游纪念品走出这些怪圈？在我看来，真正好的旅游纪念品应该兼具长久的生命力和吸引眼球的新鲜感，保持其“真”与“特”才是核心所在。

所谓“真”就是本真，保持本土特色，使旅游纪念品具有鲜明的地域特征和文化特征。例如，在日本奈良市，旅游产业与梅花鹿有着密不可分的联系，即便是有着南都七大寺之一的东大寺，在开发旅游纪念品时也以梅花鹿为主要元素之一。京都则不同，这个崇拜狐狸的城市，大街小巷出售的旅游纪念品都与狐狸有关。世界上很多旅游大国都是如此，旅游纪念品只有在这个地区甚至某个景区出售，一旦离开该地，其他地方就买不到或者不正宗，像在俄罗斯买套娃，瑞士买军刀都成了旅游过程中颇具“仪式感”的环节，似乎“过了这个村就没这个店”。独一无二的地方性决定了旅游纪念品的不可替代性，突出文化和地域特色才是核心竞争力所在。

当然，突出地方特色必须保证旅游纪念品所传递的文化信息真实准确，必须能够代表这个区域的某种文化。目前，国内旅游纪念品市场存在的一个突出问题就是信息紊乱，张冠李戴，否则游客又怎么会觉得不论哪里的纪念品都似曾相识呢？

所谓旅游纪念品的“特”，就是具有特殊性、创新性和时尚感。美国管理学大师托马斯·彼得斯曾说过：“要么创新，要么死亡。”现在中外不少博物馆在开发IP方面先行一步，比如故宫博物院、大英博物馆等，对历史文化开展创意开发，古老的历史被赋予了新的生命。因此，旅游纪念品首先要有“脑洞大开”“独具慧眼”的创意设计，在根植本土文化的基础上实行艺术深加工，创意设计引领。

其次，旅游纪念品需要具有实用性，摆件注定只能供人观赏，唯有把传统文化移植到生活中，接地气，群众喜闻乐见，才能既有生命力又有新鲜感。日本旅游纪念品种类丰富多样，其中日用品类占据了大半，他们将含有地域特色的元素植入水杯、丝巾、衣服、钥匙扣等生活用品之中，大大增加了游客的购买欲望。

第三，旅游纪念品知识产权保护，是制约旅游纪念品市场发展的又一个瓶颈。不能忽视的问题是，国内一个好的旅游纪念品往往一经推出，便会出现各地一窝蜂地仿制现象，因此很多企业没有勇气研发新产品。我国应重视旅游产品创意IP的保护，为旅游纪念品开发者提供必要保障，防止同一旅游纪念品到处泛滥。

（作者系中国传媒大学文化管理学院院长、教授）



虚假宣传

朱慧卿作

交一笔诚意金，可领一套保健品，次日现金全额返还，等更多老人上当后，再卷钱消失……湖北襄阳警方近日成功破获一起以“买保健品返现金”为幌子，专门针对老年人的诈骗案。目前，已核实当地有25名老人被骗，涉案金额17万余元。正如今年春晚小品《“儿子”来了》所反映的，随着人们对健康的逐渐重视，老年人成为保健品生产商、销售商的主要牟利对象，甚至是一些不法分子的诈骗对象。对此，相关部门应加强立法，引导保健品厂商诚信经营、守法经营；针对部分保健品涉嫌欺诈和虚假宣传应进一步加强监管，同时建立相应的投诉举报机制，鼓励公众举报保健品虚假宣传。对于子女来说，逢年过节应该多抽点时间回家陪陪父母，提醒老人提高警惕，不要被推销者的虚情假意迷惑。

(时 锋)

蹭春晚热点别过界

除夕夜，在央视春晚播出的同时，“李思思荧光口红”“马丽大衣”等成为网络热搜。电商平台上不少商家蹭热点，以同款口红、同款大衣为推荐语来推广商品。有从事代购的卖家称，每年春晚结束，晚会上明星们穿戴的服饰都会成为“宠儿”。同时，网上也会出现山寨的“同款商品”。

【短评】受粉丝效应驱使，“李思思荧光口红”“马丽大衣”等成为网络热搜并不让人太感意外。不过，诸如此类的所谓“春晚明星同款”，是否货真价实，恐怕还得打上一个不小的问号。进一步从法律角度审视，这种盲目蹭热点的所谓“春晚明星同款”，实际上也是非常不靠谱的，明显涉嫌违法，“蹭”过了法律界限。消费者要保持应有的消费理性，不要轻易被“明星同款”这样的噱头迷惑、盲目跟风，避免被不良商家所蒙骗；与此同时，针对此类涉嫌违法的乱蹭热点行为，相关部门也要及时加以规制。

“熊猫池脱险”警示出游安全

近日，在四川成都大熊猫繁育研究基地，一女童不慎从游览区跌落到大熊猫饲养池，很快熊猫便围了上来，保安紧急将其拉出。园区称，大熊猫具有攻击性，游客需小心。

【短评】孩子掉入大熊猫饲养池，与家长监护不到位、景区管理不到位等都有一定关系。“熊猫池脱险”虽是小概率事件，却是对出游安全最好的警示。对于游客来说，应该认识到，一些安全事故的发生并非离自己很遥远，一些细小的疏忽也可能会造成无法挽回的悲剧，对于景区来说，则应做好安全预案。尤其是旅游高峰期，安全防范更须做到位。比如，加强对一些防护设备的检修，增派人员加强安全巡查，做好安全知识普及，等等。各景区唯有实打实在安全上做好文章，才能既保障游客安全，又确保自身运营不出问题。期待今后类似惊悚事件少些再少些。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjgjc@163.com

本版编辑 马洪超 徐 达

旅游纪念品须保持「真」与「特」