



家装服务纠纷频出,应该得到主管部门的高度重视,消费者权益应该得到更好保护。有必要通过出台指导意见等方式引导行业规范发展,对于从业人员也应加大培训力度和约束力度,引导其提升服务水平,增强职业道德。

——经济日报:《家装服务行业亟待规范》

说到底,治理网约车违规乱象,还需疏堵结合。除了压实平台责任、加强管理之外,不妨多倾听司机的声音。像如今各地积极推动取缔“一口价”“特惠价”等做法,不失为一种有益探索。

——广州日报:《网约车违规加价问题在哪》

答好养老服务的每一道大题小題,全社会也应多些“老龄思维”。破解养老难题,最根本的就是设身处地为老人着想,做力所能及的事。明知老人玩不转智能手机,服务窗口就别非扫码不可;明知不少老人得靠轮椅出行,社区、医院乃至公交地铁,就要完善坡道等设施。以实际需求为导向,抓实抓细,才能让养老服务整体水准不断提升,整个社会更加和谐温暖。

——北京日报:《积极面对“家门口养老”这道必答题》



【本期话题】

对求职者背景调查

“还没发放录用通知书,公司就说要对我进行背景调查,收集的信息内容包括家庭情况、父母工作、有无男女朋友等。”正值秋季校园招聘,北京师范大学应届毕业生廉童及其同学多次遇到用人单位要进行背景调查。你怎么看?

【议论纷纷】

◎王红峰 背景调查是不能搞,而是应有度、不越界。一些用人单位出于利己目的,擅自扩大调查范围,存在随意收集、过度使用个人信息等情况,就有脱离法律轨道之嫌。

◎黄岩人家 背景调查,哪些能查、哪些不能查,目前我们国家并没有相关指引,亟须细化和完善有关法律。

本期话题下期继续

三方面持续发力 让剧本游引客又留客

□张忠德

穿上汉服,“穿越”千年与古人对话;加入阵营,明暗间演绎谍战风云……眼下,越来越多的景区开始尝试植入实景剧本游,将历史文化与现代生活融合,成为年轻人出游的新选择。

(10月25日本报6版)

随着旅游业的不断发展,越来越多的景区开始尝试实景剧本游,将历史文化与现代生活融合,成为年轻人出游的新选择。这种沉浸式旅游模式的兴起,突破了传统走马观花式旅游的局限,给游客带来更加真实的体验。然而,要想让剧本游真正成为景区发展的吸金石,还需要景区在三个方面持续发力,引客又留客——

景区要注重剧本游的质量和內容。剧本游不仅仅是穿上汉服,“穿越”千年与古人对话,更重要的是要根据景区的文化背景和历史底蕴,设计出有趣、有教育意义、有挑战性的剧本,让游客可以真正体验到历史文化的精神内涵。同时,剧本游的内容也需要与时俱进,与当下社会热点、流行文化等相结合,吸引更多年轻游客的参与。

景区要注重场景的布置和营造。剧本游的成功与否,往往取决于场景的真实感和代入感。景区需要在场地选择、道具制作、服装设计等方面下足功夫,让游客一进入场景就能感受到历史的重现和文化的沉淀。同时,景区也需要注

重场景的安全性,确保游客在体验过程中不会受到意外伤害。

景区要注重与游客的互动和参与。剧本游不仅仅是让游客观看,更重要的是要让游客参与其中,体验历史、感受文化。景区需要设计互动环节,让游客可以通过角色扮演、解谜寻宝等方式参与,体验不同的情感和情境。同时,景区也需要注重团队之间的协作和竞争,增强游客在游戏中感受合作和竞争的乐趣。



小庭院书写乡村振兴大文章

□梁诗韵

日前,市妇联、市农业农村局联合印发《南通市深化美丽庭院建设 助力“百村示范、千村整治”工程实施方案》,以打造“美丽庭院”为小切口,以开展“星级选树”为主抓手,推动农村人居环境、“美丽经济”、文明乡风等领域实现大变化。

(10月25日本报3版)

一户庭院承载一家故事,一方院景成就一份幸福。以“最美庭院”为支点撬动宜居农村的大门,所到之处,步步有景色,家家有特色,美好环境和幸福生活相互促进、共同缔造。随着

“美丽庭院”建设活动越来越深入,其背后内涵也越来越丰富。

乡村振兴,既要塑形,也要铸魂。“美丽庭院”建设也不例外,其不仅要有庭院清洁美、家居环境美、生态绿化美等看得见的外在美,还应被赋予更深层次的价值和内涵,设立更高层次的标准和目标,让“颜值”与“气质”并存,以此将乡村精神文明建设无形地融入村民生活,从而提升村民文明素养,用家风带动民风,激发乡村振兴的内生动力。

经过数年坚持,“美丽

庭院”小活动显示了大成效。从单独小庭院的自成一景到每个村庄的“大美”呈现,再到美丽乡村连线成片,小小庭院就像无数颗散落的珍珠。个体也许并不夺目,但串联起来却能把乡村装扮成为一个美丽的大花园,使一些原本普通的乡村民居变成推窗见绿、出门赏景、起步闻香的怡心花园,绽放出乡村振兴的多重之美,奏放出百姓受益的幸福之歌。这样的活动富有特色,意义不一般,让通城人在家门口就能享受到“诗和远方”、体味到乡愁韵致。

用新创意打开助农直播新空间

□知新

22日,海安市公安局墩头派出所民警在一梨园直播,帮助果农拓宽销售市场,并借机宣传防诈知识,助力守好丰收的钱袋子。

(10月24日本报2版)

数字经济时代,助农直播已成风口。我们欣喜地看到,在南通,无论是领导干部走进直播间“代言”,还是“新农人”手握金话筒推销,都搭上互联网与新电商这趟“高速列车”,越来越多

的优质农产品瞬间成为抢手货。

就当下而言,既要充分利用知名电商平台的专业人才当主播,并“传帮带”培育本土“新农人”,也要通过开设农民夜校、专题讲座强化专业能力培养,让手机成为新农具、直播成为新农活。

助农直播是项技术活,既要识货卖货,更要懂得推销。随着人们的消费需求日益多元化、个性化,直播带货

的形式和内容亦应有更多的创新。去年,东方甄选以“双语+文化输出”的形式独领直播风骚,就是最好的例证。从这个角度来讲,要紧扣消费者的需求和心理,在卖货的基础上强化营销策划和专题包装,无缝融合地域文化、人文历史、乡土文学等元素,用更多的新创意让人眼前一亮,进而汇聚超级人气和商气。唯此,才能让直播经济赢得更大制胜权,为乡村振兴添薪续力。



反向消费

日常买菜要等超市晚上8点后打折,买零食要去折扣店扫货,买衣服要去奥莱商场或者线上折扣电商……越来越多的年轻消费者不再攀比高价、品牌,而是更看重商品性价比,由此流行起来的理性消费逻辑,成了新的消费名词:“反向消费”。

(10月24日《济南日报》)

对“野性消费”的反叛

□张玉胜

“反向消费”是对过往疯狂买买买“野性消费”的反叛,其最大特点就是不再一味花重金购买华而不实的商品,而是更加注重实用性和性价比。

解读反向消费,不是不消费或刻意抑制消费,而是摆脱盲目、拒绝攀比、告别轻奢,强调取悦自己、忠于自我、务实重效的消费观念。深究反向消费,更诠释出年轻人张弛有度的生活理念。

关注反向消费,还需必要的厘清与正名。他们不是缺钱,而是缘于其不随波逐流的价值判断;不乏购买力,而是有着自己的消费理念和生活品位;并非不重质量,而是更具环保意识与责任感;并非没追求,而是具备更宽广视野和多元生活;绝非消费降级,反而是更具合理与科学化的消费升级。

是务实理性的回归

□木须虫

年轻人作为市场消费的主力军,会对时尚、活力的消费品充满兴趣,也会有比较直率、冲动的消费方式,比如之前普遍热议的“野性消费”,甚至远超收入能力的过度消费。而越来越多的年轻人主张“该省省,该花花”,更注重消费的理性,是一种较为务实的生活态度。

毫无疑问,这样的“反向消费”是现实教育的结果,也是一种可喜的变化。消费回归理性,可以让消费者不被欲望牵着走,有利于更好地管理自己的财务,还能减少浪费,保证自己的生活品质不会降低。

“反向消费”的兴起,不仅会改变消费方式,也会在一定程度上影响消费市场的格局,特别是对曾经一些虚火的噱头消费形成冲击,倒逼消费市场调整优化,促进消费市场回归理性。同时,“反向消费”不是“反消费”,它讲究的是量入为出、细水长流,有利于保持消费市场的长期稳定,维系经济的韧性。