

以“跨年仪式感”激发文旅消费潜能

□ 付 彪

点 睛

看一场“下雪”的电影、和家人朋友吃顿跨年餐、来场“说走就走的旅行”、置办龙年周边……2023年即将结束,人们以各种各样的方式辞旧迎新,拉满“跨年仪式感”,各地也推出丰富多彩的活动,迎接2024年的到来。“南北城市互跨、氛围感跨年”等多样化需求,成为元旦假期文旅消费的新趋势。(2023年12月31日中新网 央视网)

“雪乡”又“摊事儿” 别好了伤疤忘了疼

□ 刘天放

冬季到来,雪乡成为不少游客赏雪的热门目的地。不过,随着雪乡的再度爆火,也有网友发帖表示,雪乡如今民宿和酒店的价格有些高攀不起:一个10多平方米的房间,一晚的价格动辄两三千元,引发网友关注。“一炕两床三千块”的雪乡民宿价格再度“突破想象”。

此消息一出,立即登上热搜,网友纷纷质疑“雪乡”离谱的住宿价格。对于网友质疑雪乡酒店民宿价格及餐饮较贵一事,当地市场监督管理部门工作人员表示,民宿酒店价格属于市场调节价,已经放开了。另外,雪乡存在经营时间较短这个客观情况,加上运输不便,各种生活物资进入雪乡的成本也较高。

可即便如此,畸高价格应该对应着最起码的服务质量。遗憾的是,有网友反映,不仅客房价上千元很普遍,在雪乡住宿的体验也不佳。有网友吐槽,1400元一晚,除了噪声很大,房间还没有热水,没有毛巾,没有洗漱用品。2200元的酒店踩雪,房间有臭味。价格为每天2900元的房间,最贵也最简陋……

人们恐怕还记得,数年前接连发生的宰客事件,把“雪乡”推上了舆论的风口浪尖,也使雪乡旅游一度受挫变得萧条:住一夜仅一个炕位(非房间)的要价就高达人民币680元,一碗泡面卖60元;导游对旅游项目强买强卖;商家坐地起价,预定好的房间说取消就取消,甚至把游客的行李扔出门外……宰客被媒体曝光后,雪乡顿时“名声在外”。

经过整顿后,雪乡痛定思痛,重整旗鼓,又一度使其成为冬季旅游的热门之一。而转眼间时光仅仅过去数年,雪乡又因为住宿价格等问题“出圈”,不禁令人唏嘘。只有以诚待客,景区才能有良好的口碑,也才能长久,实现多赢。难道雪乡真的是传说的那样“九个月磨刀,三个月宰羊,雪白天黑”?

住宿价格畸高,属于市场调节价,但连最低的服务标准都无法保证,这无疑给雪乡旅游再次抹黑,给其冬季旅游带来了很大的负面影响,甚至为其重建好口碑增加了更大难度。可见,“雪乡”又“摊事儿”,别好了伤疤忘了疼。数年前,游客“用脚投票”曾使雪乡经营惨淡,这便是“一刀宰死人节奏”后的恶果。刚刚过了数年,难道雪乡还要重蹈覆辙?

《小王子》里有句经典台词,“仪式感,就是使某一天与其他日子不同,使某一时刻与其他时刻不同。”仪式感在我们的生活中一直都很重要,尤其是生长在Z时代的95后、00后,如果没有仪式感,生活就会平淡无味。没有了“跨年仪式感”,辞旧迎新也似乎没有什么意义。正因此,越来越多的消费者尤其是年轻人和有娃家庭,在辞旧迎新之际选择跨年游,看烟花、追极光、听演唱会、看日出等成为追求“仪式感”生活的标配。

飞猪数据显示,2024元旦假期的出游预订量比2023年同期增长近10倍。去哪儿数据显示,上海迪士尼乐园、北京环球度假区、香港迪士尼乐园、长隆主题乐园、哈尔滨冰雪大世界的门票提前预订量翻倍增长。同时,一些新玩法成为旅游消费亮点,“跟着演出去旅行”成为一大潮流,对旅游消费的带动作用日益显著。据携程报告显示,2024年元旦假期,演唱会及音乐节附近酒店的预订量相比2022年及2019年同期均有所增长。

各城市也在用自己的方式庆祝新年的到来。例如,湖南浏阳会举办系列表演,包括焰火秀、国潮音乐派对、零点烟花等;广东佛山举办

打铁花、舞火龙、夜光狮等岭南非遗演出;多地还举办新年音乐会、烟花秀、新年市集等活动。同时,一些高端餐厅、特色餐饮以及提供节日套餐的场所出现预订火爆的情况,线上线下新年促销活动也在跨年期间达到高潮,北京、上海、天津等多地启动“跨年购物季”、发放消费券等促消费活动。

有人打趣地总结了“跨年仪式感”:这不过是一场时间与金钱的较量,消费者会提前策划如何消费,商家则会提前策划如何刺激消费。这当然带有调侃意味,“仪式感”确实不能用金钱来衡量和定义,但利用节庆时令打造“仪式感”、激发消费潜能,让元旦、春节等节日过得红红火火,其实也是辞旧迎新、过年过节的本来意义。就像每年看春晚,人们正是为了在阖家欢乐中找到一种“仪式感”,在谈笑风生中静候新年钟声敲响。

2023年以来,随着一系列促消费政策落地见效,文旅等服务消费率先回暖。不过,当前国内有效需求仍然不足,居民消费意愿有待进一步提升。中央经济工作会议提出,2024年要着力扩大国内需求,推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

画中有话



“夜校热” 漫画/王锋

近一段时间以来,各地夜校又得到年轻人的关注。在上海,市民艺术夜校即便“季季扩容”仍是“一课难求”;在杭州,“白天上班,晚上学艺”成为年轻人的新潮流;在长沙,“充电学习”“上兴趣班”成为年轻人“夜生活”的新场景……“夜校热”的出现,反映了目前中青年群体对艺术教育的强烈需求,也折射出当下公共文化服务的高质量发展,更彰显出我国学习型社会建设正加快推进,“人人皆学、处处能学、时时可学”的全民终身学习服务体系正加快构建。

(据2024年01月01日 人民日报 报道)

新的一年赋予普通人更多的生活“小确幸”

□ 苑广阔

我们正式迈进崭新的2024年了。在这个辞旧迎新的时刻,很多人喜欢对过去的一年进行回顾与盘点,也对未来的一年进行展望与新愿。盘点以后发现,刚刚过去的一年,对于如你我一样千千万万的普通人来说,生活中并没有发生什么惊天动地的大事,但是我们所期待的获得感、幸福感,恰恰就藏在琐碎的生活日常里,就由那些看似微不足道的“小确幸”组成。

社区老年食堂正在成为越来越多城市的“标配”,本着3元吃饱,5元吃好的原则,老年人不但解决了一日三餐的吃饭难题,同时也让远在外地的子女没有了后顾之忧。而这些社区食堂除了以优惠的价格把品种多样,营养丰富的餐食端到老年人的面前,同时也欢迎年轻人前来就餐。很多上班族发现,在社区食堂吃饭,不但比点外卖、下馆子更省钱,而且吃得也更健康。这样的“小确幸”,让很多年轻人感到满意,感到幸福。

对于上班,尤其是双职工家庭来说,孩子从幼儿园或小学放了学,自己还没下班,或者是要加班,那么放学后的孩子无处可去,就成了他们的一块心病。而宁波市的很多社区,纷纷设立临时托管中心,提供临时托管服务,解决了辖区众多职工的后顾之忧。

就以宁波市华侨城社区为例,随着儿童友好成长中心的建成,结合家庭以及青少年需求,面向社区婴幼儿家庭提供临时托、免费小时托、育儿技能指导、亲子游戏陪伴、儿童健康管理等服务;开展各类普惠性成长课程,包括美术、围棋、口语等;举办各类主题公益活动,如亲子公益、健康讲座、邻里团建等,很好地满足了辖区家庭的需求。这样的“小确幸”,可以说解决了很多家庭的大问题。

属于年轻人的“小确幸”也不少。比如当地一些社区提供场地,引入体育运营公司,开办了社区文体中心,年轻人一年只要花费500元,就可以解决健身问题。而社区培训中心也开办了各种各样的才艺培训课程,满足辖区居民孩子和年轻人的学习需求。根据媒体的报道,今年全国很多城市都出现了年轻人争相上夜校参加技能和才艺培训的热潮,同样让无数年轻人感受到了来自生活的“小确幸”。

这些充满人间烟火气的“小确幸”,和民生福祉有着密不可分的关系。我们也期待着在新的一年里,政府加大民生投入和保障的力度,让更多普通人在“小确幸”当中感受到生活的美好,感受到人间值得。

一周声音

■胖东来宣布:员工太累,提前3小时下班!

近日,在茶叶超市爆火后,为避免员工太累,胖东来宣布员工将提前3小时下班。2023年12月28日,此事引发网友关注并冲上热搜。2023年12月27日,胖东来发布河南许昌地区茶叶超市营业时间调整公告,公告显示:因销量太大,为稳定经营质量、商品质量和业务质量,许昌地区胖东来茶叶超市营业时间暂时压缩至10:30-18:00。(2023年12月29日 红星新闻)

微评:作为超市老板,看到自家店生意太好,第一时间想到的是员工会不会生病和服务质量会不会下降,这格局,就摆这儿了。联想到那些为了瓜分俩枣与员工斗智斗勇的企业,又怎能不令“打工人们”心生感慨?联想到那些为了蝇头小利与顾客斤斤计较的商家,又如何不让“剁手党”心向往之?这种实实在在地关心员工和顾客的超市生意好,该!

如果将时间跨度拉得足够长,任何企业,在推动历史进步和发展的人民面前,都是过眼云烟。一家企业,唯有敬畏员工,敬畏顾客,敬畏人民,才能走得长远。

■50元一斤“宝宝挂面”? “婴幼儿专用”背后陷阱多

50元一斤的宝宝挂面、三四百元一套的餐具……不少商品打上“婴幼儿、儿童专用”标签便身价倍增,一些产品价格远超合理范围,却并未体现出“专用”的特殊性,还加剧了育儿焦虑。(2023年12月29日《成都商报》)

微评:如果“婴幼儿专用”产品,能物有所值地体现其“专用”的特殊性,也就罢了,然而事实却是,不少“婴幼儿专用”产品,不过打个幌子而已。

对此,当然不能期待那些将孩子和孩子父母当成“唐僧肉”的商家自己“放下屠刀立地成佛”退出市场,而是应该以雷霆手段整治虚假宣传等不规范行为,还“婴幼儿专用”市场一个朗朗乾坤。

■引流广告“恼人”乱象何时休?

“强制跳转防不胜防”“才关一个又跳一个”“越着急越点错”……当前,引流广告几乎成为各类应用软件中的“标配”,也成为很多用户吐槽的对象。记者近期调查发现,因技术门槛及成本较低,引流广告产业链十分活跃,花样不断翻新,造成了一种“用户不满意,商家也难以精准获客”的“繁荣假象”。业内人士认为,治理引流广告“恼人”乱象仍需多方协同发力。(2023年12月28日《经济参考报》)

微评:考虑到如今APP盈利模式非常有限,消灭引流广告的时机尚不成熟。不过,消费者最为反感的还是那些带有强制或诈骗属性的“擦边”引流广告,如“摇一摇”开屏广告跳转至电商App;扫码想取充电宝,点击“立即领取”字样后莫名其妙跳到某商业医疗险……这些很老套却很有效的手段,让消费者不胜其烦。

类似“擦边”引流广告,时间、空间上随机性都很强,技术门槛又很低,如果没有多方主体参与的协同共治机制进行前置性监管,很难实现精准打击。

何飞 点评

