

既要“路路通”更要“路路安”

艾才国

连日来,市公路管理部门结合冬季养护管理工作,加大巡查力度,强化问题整治,排查处置安全隐患165处,确保春运期间各级公路安全畅通。(《安庆晚报》1月30日)

春运进行时,我市公路人保通保畅保安全,下好春运先手棋,打造平安回家路,用实际行动诠释了公路人的责任与担当。

近年来,随着我市交通基础设施建设的深入推进,广袤的宜城大地,高速公路外联内通、干线公路纵横交错、乡村公路连线成网,早已实现了“路路通”。四通八达的公路网,连接民心民意、关乎民生福祉,为推动安庆高质量发展奠定了坚实的交通基础。

平安公路建设是“平安安庆”建设的有机组成部分,是保障人民群众平安出行的重要基础。路网越是发达

越是要重视公路的管护养工作。遵循“统一领导、分级负责、因地制宜、注重实效、全面管护、保证畅通”的原则,组织专业技术力量深入路面一线进行检查巡查,针对路面坑槽、结构松散、路基塌方、路面标线磨损、安防设施缺失损坏等隐患,及时采取有效措施予以排除,通过“建养并重、有路必养”,实现由“路路通”到“路路安”。

一段护栏、一块标志牌、一个导向标、一段防撞墙、一条减速带……这些看似不太起眼的交通安全防护设施,不仅为道路加上一道“安全码”,更是为过往群众和车辆系上了“安全带”。为此,当涵养“严”和“实”的作风,结合公路安全生命防护工程,在国省道干线和农村路口落细落实“安全五小工程”,努力做到辖区道路标识清楚、设施完善,设

置科学、指向明确。

以“互联网+”为手段,助力平安公路建设已是大势所趋。结合我市智慧交通建设,建立完善全市路网运行动态监测系统,从而实现路况可视化、路产数字化、服务信息化、数据一体化,让安全诱导、远程除雪、非现场治超和应急调度等功能“应有尽有”,可有效服务“路路通”,也科学赋能“路路安”。

“安全”是道路最好的伴侣。营造安全畅通有序的道路交通环境,满足人们对幸福生活的美好期盼,就让我们从打造人民群众满意的“路路安”开始。

年夜饭预订火爆拉足安庆“烟火气”

徐剑锋

你家的年夜饭安排上了吗?我市城区年夜饭预订情况如何?连日来,记者走访多家酒店、饭店,发现不少餐饮单位年夜饭“一桌难求”,只有少量大厅还可以“捡漏”。(《安庆晚报》1月23日)

我市年夜饭预订火爆,为餐饮消费复苏“回暖”添了一把火,也让市场消费潜力得到有效释放。

曾几何时,“去饭店吃年夜饭”渐成一种时尚,有时甚至提前一个月预订也是“一桌难求”。但前些年受疫情的反复冲击,饭店的年夜饭订餐量有所下滑。今年年夜饭预订开始快速升温,这中间虽有“报复性消费”在助推,但更多的是人们对美好生活的向往正激发出新的消费预期。

中央经济工作会议提出,推动消费从疫后恢复转向持续扩大,培育壮大新型消费,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。透过年夜饭预订走俏,餐饮市场的“烟火气”持续升腾,释放的是消费活力,既有利于市场信心的提振,也有助于饭店重燃发展薪火。安庆在扶持餐饮业发展上,出台了一系列纾困解难政策和措施,春节正是传统消费旺季,应抓住假日经济的时间窗口,通过延长营业时间、举办促销活动、推出新品菜肴等途径,进一步激发消费刚需。

持续改善消费条件,创新消费场景,才能让消费回暖升温更快一些。一方面要坚守安全底线,食品安全、消防安全丝毫不可松懈,既要餐品可口卫生,也要落实公筷公勺、分餐制等,让老百姓吃得更健康、更放心。另一方面要坚持创新实践,在菜品设计和附加值方面做好文章,多一些个性化的“私人订制”,并融入节庆文化、饮食文化,让老百姓在享受“美味”的同时吃出“年味”。

今年我市一些商家还推出了年夜饭外卖,预制菜渐成年夜饭新宠。随着老百姓消费理念的不断更新升级,多元化、个性化和定制式消费渐成主流。于饭店餐馆来讲,要让餐饮市场重现火热,就必须紧盯多层次、多样化的消费需求,紧扣线上线下互动融合发展,多尝试商业新模式,多拓展消费新业态,才能培育出新的增长点。

一言以蔽之,年夜饭预订火爆折射经济新气象,依托政策扶持、活动加持、特色秉持,把这种好势头延续下去,就能迎来餐饮消费的满园春色。

“陪娃神器”



据1月30日《光明日报》报道,正在上幼儿园的儿子已经认识了好多汉字,这让喻丹很兴奋:“争取上小学前能认识2000个字,这个寒假继续努力。”怎么学?喻丹很有心得:“现在都是用学习机,让他在游戏中学习。”寒假到来,孩子有更多时间在家里,意味着接触数字产品的时间和机会也更多。许多数字产品打着“陪娃神器”的旗号,吸引了家长们的注意。

(作者:王铎)



为“春节经济”注入强劲消费动能

孙维国

2024年春节已近在眼前,大街小巷到处洋溢着浓浓的节日氛围。各大商超、市场精心组织货源,琳琅满目的各色年货让市民应接不暇,红火的节日市场全面点燃了市民们的购买热情。

(《安庆晚报》1月26日)

近年来,随着我国居民生活水平的提高和消费观念的转变,春节购物成为一种独特的社会文化现象。年货市场的繁荣景象,不仅反映了市民对节日的期待和热情,也折射出社会经济发展的新亮点。

年货市场提前“造势”已经成为春节商业运作的一种普遍现象。提前预热的策略既是商家的营销手段,也为市民提供了更多选择的机会。通过前期造势,不仅是为了吸引消费者的眼球,也是为了激发购买欲望。在商超入口摆放精美的年货礼盒、超市内推出各种榜单推荐,无疑都是商

家为了让消费者更好地选择年货,同时也使得整个购物过程变得更具仪式感。

随着互联网的普及和电商平台的兴起,越来越多的消费者选择通过线上购物来准备年货。线上年货市场的崛起成为新的消费趋势,特别是年轻人,更倾向于通过网络购物获得更多的选择和便捷的服务。这也从侧面反映出传统年货市场正逐渐向线上转移,电商平台的发展为春节购物注入了新的活力。

春节购物热潮的崛起反映了居民生活质量提升和消费观念的变革。人们对于节日的认知已经不再局限于传统的庆祝方式,购物成为一种重要的社交行为。年货市场的兴旺,既是经济的繁荣,也是文化、社会观念的演变。随着城市化的推进和信息化的发展,春节购物已经不再是满足物质需求,更是一种参与社会活动的方式,

是一种展示生活品质 and 表达情感的手段。

在这个过程中,商家和政府也有着积极的作用。商家通过提前的预热、各种促销手段,为年货市场打造了一个热烈的氛围。政府则需要保障市场秩序的同时,加强对市场信息的监管,提高市场的透明度,为消费者提供更好的购物环境。同时,对于线上市场的崛起,政府也需要适应时势,推动线上线下的有机融合,为新型商业模式提供更好的发展环境。

春节购物的兴盛既是经济发展的表现,也是文化观念演变的体现。春节购物热潮带动了商业的繁荣,为人们提供了更多选择和便利。然而,我们也需要审视其中所蕴含的消费观念和社会文化的变迁,以更加理性的态度面对这场购物狂潮,让春节购物成为一种有意义的社会活动,为“春节经济”注入强劲消费动能。