

春节 话题聚集

年货经济是热腾腾的生活

□ 江德斌

春节临近，年货市场越来越红火，线上线下，处处洋溢着过年的喜庆气氛。在我们的记忆中，年货是属于瓜果糖茶的记忆，超市、菜市场留下了采办年货的足迹。随着经济的飞速发展，年货慢慢“进化”至数字藏品、坚果礼盒、预制菜等新潮产品，满足各类人群的需求。年货经济背后，反映的是实实在在的消费升级，有利于进一步扩大消费占GDP的比重，促进GDP的高质量发展。

就要出动采办年货，商场、超市、农贸市场等跑个遍，按照清单购买瓜果糖茶奶酒、肉鱼牛羊菜蔬、烟花爆竹、新衣新帽等，虽然耗时耗力，却也有不少乐趣。随着商品日渐丰富，民众收入逐渐提高，家庭消费水平随之上升，年货经济也发生了嬗变，采办年货的品类和方式均有巨大变化。如今，年货不再局限于传统的食品服装，而是拓宽至更广泛的领域，诸如智能手机、智能家居、家庭陪伴型机器人等新潮智能产品，成为年货市场的新宠。伴随大众的娱乐休闲、健康意识的提升，VR游戏机、筋膜枪、颈椎按摩仪等“网红”产品，年底销量也有明显增长。年轻人是引领社会消费的主流群

体，随着90后、00后成长起来，其偏爱二次元、新奇特、小众化、个性化、多元化的消费模式，也不可避免地“破圈”，逐渐影响大众消费模式，并促进年货经济发生变化。比如，现在年轻人普遍喜爱的国潮风、盲盒、艺术文创、剧本杀、零卡食品、预制菜、数字藏品等，均在年货经济里大放光彩，不仅丰富了新式年货的品类，也刺激了商家的创新精神。而且，以往采办年货需要跑遍全城，花费不少时间和精力，上班族有时候还要请假，耽误不少工作。如今，很多年货都可以在线上采办，消费者足不出户，打开手机登录各种电商App，即可浏览、采买全国乃至全球的年货，各地的名优土特产、新潮的电子产品、最

新款的服装等，可以一网打尽。而且，有了便利快捷的快递服务，再也不用提着大包小包满街跑了，下单后在家等待送货上门即可，还能直送到老家，给父母一个惊喜。春节期间的消费是一种集中式释放，在全年消费额度里所占比例很大，而年货经济则是春节消费的重头戏，很多行业企业都受益于年货经济，部分商家的很大一部分利润，都是来自于年货经济。而且，年货经济的交易量主要在岁末年初，具有一定的前瞻性，每年都有新亮点、新趋势，孕育巨大消费新动能，对相关行业企业产生促进作用，会引导厂商聚焦新消费，努力实现更多的创新，从而推动产业和消费双向升级。



烟火气浓年味足

□ 胡绪全

《咬文嚼字》杂志社近日发布2022年十大流行语，“烟火气”榜上有名。“烟火气”来源于古汉语，其本义指“烧煮食物的气味”，时下流行的“烟火气”则指生机盎然、充满活力的生活气息。“烟火气”成为流行语，与我们经历疫情相关。2020年至2022年，国内疫情延宕反复，不少景区封闭，人们外出旅游次数减少；不少小区封控，居民外出锻炼、购物减少；一些城市发生疫情时禁止堂食，百姓餐馆聚餐、街头摊档减少。中小微企业、个体工商户和服务业面临较多困难，消费者的需求受到了压抑，一段时间内，人间烟火气不再那么浓了。今年春节临近，随着全国因时因势优化疫情防控措施，消费需求得到快速释放与反弹，城市的大街小巷、人流车流又是川流不息；沿河步道市民跑步健身，公园空地上大妈再次跳起广场舞；餐馆门口，顾客排队等候；电影院里，观众一边吃着爆米花，一边看着国产大片……城市街头、集市、公园和商圈又热闹了起来，人声鼎沸。大家不禁感叹：熟悉的烟火气又回来了。人间烟火气，最抚凡人心。越来越浓的烟火气，彰显的是经济的快速复苏，反映的是城市发展活力，折射的是普通百姓的多彩生活。正是越来越浓的烟火气，让城市和乡村的年味一天天浓了：花卉市场各种鲜花争奇斗艳，买花的看花的人头攒动；机场车站忙碌起来，游子归家的步伐加快；超市里的中国结、大红灯笼高高挂，春联、窗花成热销商品；乡下的年集热闹异常，摊贩将各种美食摆在木板上吸引顾客；辛劳一年的老人们，站在村头的大树下等待外出打工的子女归巢……“千门万户曈曈日，总把新桃换旧符”。无论身处何地，过年，始终能够我们将与故乡紧密地联系起来，浓浓的年味，是我们挥之不去的记忆。年味是什么，一百个人有一百个答案，无论是祭祀祖先、洒扫庭院，还是阖家团圆、共赏春晚，无论是穿上新装、燃放鞭炮，还是相互拜年、推杯换盏，都充满浓浓的烟火味，都洋溢着幸福的味道。烟火气看似寻常，却也来之不易。2022年高考天津卷作文题这样阐释：“烟火气是家人团聚，灯火可亲；烟火气是国泰民安，岁月安好；烟火气是温情，是祥和，需要珍惜和守护，也需要奉献和担当。寻常烟火，就是最美的风景。”经历了漫长的煎熬，重新升腾起的烟火气，确实需要倍加珍惜。目前，疫情防控进入新阶段，仍是吃劲的时候，要让各项防控工作更科学、更精准、更有温度、更富成效，最大程度保护人民群众生命安全和身体健康，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响。在做好疫情防控的同时，要按照中央经济工作会议的要求，把恢复和扩大消费摆在优先位置，增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，把热起来的烟火气燃得旺旺的，把今年春节的年味营造得浓浓的，让城市乡村在新年焕发出勃勃生机。这正是：大红灯笼高高挂，买过春联买窗花。莫说当年年味淡，烟火散入千万家。

旅游业快速回暖要避免“旅游挤兑”

□ 苑广阔

伴随着越来越多人从“阳人”变成了“阳康”，再加上前期疫情防控政策的调整，以及元旦假期的刺激作用，被长期压制的旅游热情短时间内得到了极大的释放。据媒体报道，海南三亚等城市已经是人满为患，即便不是拥有热带气候的海南，国内许多地方的景区景点也迎来了众多的游客，旅游业的春天，似乎正在提前到来。这是我们所愿意看到的，因为这不意味着国内旅游业开始进入快速回暖，同时也为其他各行各业开了一个好头。而在景区、酒店人潮涌动的背后，则是经济的复苏，是人间烟火气的回

归，更是一种人人期盼的正常生活的回归。然而最近发生在洛阳老君山景区的游客拥堵、滞留现象，却给我们提了一个醒：旅游业快速回暖，更要全力避免“旅游挤兑”。从网传视频可以看到，大量游客拥堵在老君山景区上山的路上动弹不得，很多游客更是喊出了“退票”的口号。尽管按照景区的说法，当天因为山顶下雪导致路滑，40多分钟后情况得到缓解，但是事后想想，这其实是一件足以让人感到后怕的事情。一则在崎岖陡峭又加上结冰的山路上，一旦发生游客踩踏事故，后果不堪设想；二则如此多的

游客滞留在山上动弹不得，万一遇到有游客突发疾病等情况，则是游客下不去，救援人员上不了，后果同样严重。当公众长久被压制的旅游热情在短时间内集中爆发，就很容易发生“旅游挤兑”的问题。好在这种“旅游挤兑”并非没有解决问题的办法。对于国内的景区景点来说，一方面要对“后疫情时代”有一个充分的准备，打好旅游接待工作的提前量，不能等到大量游客到了自己景区门口了，才发现超过了自己的接待能力。国家有关方面前几年就在大力倡导门票预约制，同时要求景区测算和发布最大承载量，避免超量接待的现

象。那么如果景区景点能够全面用好这两项政策，是完全可以有效避免“旅游挤兑”现象的。另一方面，在整个疫情期间，旅游业受到了极大的冲击，面临巨大损失，在这种情况下，伴随着旅游业的回暖，很多景区景点的经营管理者，难免会在一种“补偿”心理下，希望能够接待更多的游客，赚取更多的利润，从而有意无意地放松了对旅游安全、游客体验度等方面的要求。这是万万要不得的，没有旅游安全，一切都是空谈，而只有提升游客的旅游体验，旅游才能可持续发展。从游客的角度来说，外出旅游当然没有什么问题，但不管是从安全的角度，还是以经济成本来考量，显然还是要尽量避开时下的热门景区或热门旅游目的地，并且倡导错峰出游。疫情总会过去，风景一直都在，晚几天去看风景，又有何妨？

多棱镜

《中国奇谭》讲年轻人爱看的“志怪”

新闻背景：近段时间，动画片《中国奇谭》火了，这部动画短片集由8个独立故事组成。所谓“奇谭”，指的是故事均为“志怪”，而加上“中国”，则框定了作品的国风气质。骨架脱胎于传统故事和民间传说，血肉由制作精良的动画技术填充，再融入与现代社会和年轻人同频共振的情感内核，或荒诞幽默，或凄婉动人，或引人深思。从目前已经更新的短片里，我们看到了《中国奇谭》的用心。人民日报：讲述传说的志怪故事，却让人心有戚戚。很多人童年幻想自己是无所不能的齐天大圣，而《小妖怪的夏天》就戳穿了你可能只是个连大王都没见过的浪浪山打工人的现实。面对难完成的工作、不如意的生活，熬到面容枯槁、眼中无光，只有妈妈嘱咐你要多喝水、关心你怎么变秃了……看似说的是妖怪世界，道出的都是人间冷暖。正如总导演陈廖宇所说，神话可以是古代的，也可以是今天和未来的。发古人之未发，言今人之未言，深入生活、扎根现实，才能让观众与作品产生情感共振。

顶流兔墩墩 折射“文化+”消费更多可能

新闻背景：头戴奥运五色盔，身穿五彩祥云甲，一双兔耳朝天竖，憨态可掬万人迷……辞旧迎新之际，北京冬奥期间红遍全球的冰墩墩华丽转身重回大众视野。原来，为了更好地传承冬奥文化，迎接癸卯兔年到来，中国奥委会与国际奥委会反复沟通，终于促成了奥林匹克历史知识产权在中国的“再利用”。“兔墩墩”也不负期待，一经亮相就展现“顶流体质”，吸引大批粉丝到店选购合影。北京日报：“文化+”为消费打开了更大想象空间，当然，“文化+”也不是一套就灵。一方面，这种创造注定不是无源之水、无本之木，而是要深耕一方文化土壤，为创意实践汲取营养；另一方面，这种创造不是元素堆砌、僵硬嫁接，而要融通“次元壁”，将文化内涵与时代审美相结合，达到文化价值与实用价值相统一。就拿冰墩墩来说，形象源于“中国国宝”“外交明星”大熊猫，设计中融入了小红心、冰丝带等冬奥元素，并在赛时与运动员、志愿者深度互动，一套完整运营让其成了大IP。二创的“兔墩墩”，套用了冬奥周年、农历兔年的节点，融入了兔爷、京剧等京味元素，既延续了吉祥物的生命，也实现了创造性的转化。事实证明，拉动文化消费关键要走心，参透文化内涵并赋予其更加现代化、年轻化的展示形式，才能吸引消费者的目光。



画中话

保障公费师范生有编有岗

教育部日前印发《关于做好2023届教育部直属师范大学公费师范毕业生就业工作的通知》，通知要求，各省级教育行政部门要持续组织公费师范生专场招聘活动，通过优先利用空编接收等办法，保障符合就业条件的公费师范生有编有岗，全部落实任教学校，严禁“有编不补”。新华社发 朱麒麟 作

漫谈

破解讨薪难要先严惩逃薪者

□ 叶金福

近年来，围绕欠薪和讨薪的话题，几乎一刻也没有消停过，一边是包工头或企业主的恶意欠薪，拒不支付工资，一边是农民工为了讨要用辛勤汗水换来的那点辛苦钱而不得不一次次与包工头或企业主较量。一些农民工为了能成功讨薪，甚至采取了一些极端的讨薪怪招，这些讨薪怪招无不深深地刺痛着公众的心，也一再暴露出农民工讨薪的艰辛与无奈。按说，农民工一年辛辛苦苦干到头，那点微薄的工资是应该及时获得的，而且这也是劳动合同法赋予劳动者最基本的权利。可在我们的实际生活中，一些包工头或企业主却往

往往以种种方式和借口，能拖则拖，能欠则欠，能逃则逃，有的甚至还以暴力相待。恶意欠薪成了家常便饭，农民工讨薪成了年年上演的连续剧，似乎永远“只有起点，没有终点”。农民工讨薪难何年上演呢？笔者以为，关键还在于相关部门对逃薪者的惩戒力度不够。其实，农民工之所以要讨薪，就是因为包工头或企业主的恶意欠薪、逃薪所致。虽然相关部门也年年加大力度，切实帮助农民工讨薪，但由于只有讨薪而没有对逃薪采取动真格的惩戒，致使逃薪者今年勉强付了工资，但明年、后年依然“按兵不动”，依然欠薪、逃薪，农民工的讨薪之路依旧艰难。于是乎，农民工的讨薪

微评

【防范寒潮确保蔬菜稳产保供】

这段时间，强冷空气自西向东影响我国大部地区。为减少此次寒潮可能对蔬菜生产带来的不利影响，农业农村部印发《关于做好寒潮防范应对确保蔬菜稳产保供的通知》，部署蔬菜防灾减灾稳产保供工作。防范寒潮影响，关键要未雨绸缪，主动避灾，提前做好农资和防寒增温物资储备，将影响降至最低。防灾成效，重点在于提高防寒举措的科学性，因地制宜、分类施策，制定和实施好针对性措施，为各类作物筑牢“温暖屏障”。切实增强蔬菜保供的责任感和紧迫感，做好全链条信息监测，分类落实科学防灾减灾措施，才能确保土地“产得出”，市场“供得稳”，群众“买得便”。

【多方合力阻断未成年人吸烟的可能】

“一次性气雾剂”“奶茶杯”“可乐罐”……近期有媒体调查发现，不少“三无”电子烟产品悄然出现在市场上，甚至面向青少年销售。电子烟是一种卷烟替代产品，吸电子烟可能造成急性肺损伤、哮喘等多种疾病。近年来，我国相继出台多项法律法规，规范电子烟市场。在强监管态势下，不少“三无”电子烟仍在各种渠道暗中流通。整治“三无”电子烟，构建让未成年人远离烟草的良好环境，社会各方需共同努力。只有在电子烟供需两端同时发力，才有可能从源头上阻断未成年人吸烟的各种可能。（本报综合新华网、人民网）

怪招依旧连年迭出。因此，笔者认为，破解讨薪难要先严惩逃薪者。一方面，要出台严厉的处罚机制。政府部门应尽快出台相关的处罚机制，通过财务、行政、法律等一系列手段，精准打击欠薪者、逃薪者，让他们不能“逃”、不敢“逃”。另一方面，要把欠薪者、逃薪者纳入个人不良信用记录，不妨在乘坐飞机、高铁、出境等诸多方面被“全面限制”，使其“一时失信，处处受限”，从而倒逼其不敢欠薪、逃薪。早在2019年，最高人民法院就提出对拒不支付劳动报酬，数额较大的，经有关部门责令支付仍不支付的，可给予入刑处罚，这无疑是一剂根治欠薪的一剂猛药，这不仅是对欠薪者、逃薪者的一种惩戒和震慑，而且也是对其他人的一种警示和威慑。眼下，又到农民工讨薪的高峰期，笔者衷心希望相关部门不妨通过法律手段严惩欠薪、逃薪行为，让欠薪者不能“逃”、不敢“逃”、“逃”不掉，从而为农民工撑起一把“护薪伞”，切实帮助农民工解“薪”愁。如此，农民工讨薪难才能得到有效破解。