

为乡村旅游插上科技翅膀

■ 陈雪怡

大开眼界,也会让游客眼前一亮,这就是乡村旅游和科技组合产生的“化学反应”。一如提到木薯,人们可能最多会想到木薯饼、木薯粉、木薯糖水,谈到乡村旅游,许多人脑海中浮现的第一画面可能是“土地平坦,屋舍俨然,有良田美池桑竹之属。阡陌交通,鸡犬相闻”。乡村的属性之一是传统,而科技的属性之一是创新,当传统乡村遇上创新科技,当乡村旅游有了科技加持,就会更有新意、更有卖点,进而产生更大的吸引力。

用科技点亮乡村特色。栽苗种果、养鸡放牛……有别于城市、景区

旅游,乡村旅游地点往往是一方田地、一处村落。故此,乡村旅游的科技加持需深深扎根乡村一线,认真研究一村一地,精准浇灌一果一木,若是不脚踏实地、不因地制宜、不用心耕耘,纵使科技含量再高,终究也是“插翅难飞”。以海南儋州的嘉禾共享农庄为例,嘉禾共享农庄一期项目喜禾热带水果主题公园,将热带水果的“吃、赏、玩、学”结合为一体,打造了让人耳目一新的热带水果主题馆、椰子日记5D裸眼馆、海鸟印象体验馆等。游客可在其中参加自然课堂的研学,体验非遗文化蜡染课程等。试营业至今,农庄接待人数逾30万人

次。热带水果“香甜醉人”,除了本身自带的地方特色属性外,也离不开该农庄与中国热科院、浙江农科院等达成深度合作,制定537条标准和流程的产品质量保障。可见,有了科技加持,不仅农特产品增值,乡村旅游亦增趣。

用科技优化旅游服务。正如旅游不光赏美景、品美食,硬支撑、软实力同样重要,乡村旅游也不能只谈乡愁,不重服务。那么,科技如何助力提升乡村旅游服务水平?以安徽泾县蔡村镇为例,其强化乡村旅游科技供给,创新开发一系列旅游“智慧”服务配套项目,比如围绕旅游体验,上

线智慧“一机游蔡村”旅游平台,以游客需求、产业发展为核心,实现“一部手机”精准推送,让游客享受在蔡村“吃、住、行、游、娱、购”等全方位优质服务。同时,政府可以通过平台实现智能监管,经过数据整理、分析,为文旅监管服务实现多方面数据分析和精准管理。不难看出,有了科技加持,乡村旅游不但“有得玩”,而且能够“玩得更好”。

科技引领未来,让“科技种子”在乡村泥土里生根开花,必然带来乡村旅游的别样风采。期待在科技的加持下,海南乡村旅游能飞得更好、飞得更远。

南海涛声 为民解难需要创新思维

■ 陈奕霖

近日,十四届海口市委第六轮巡察第五巡察组进驻海口市中医医院后,发现该院金盘院区存在停车难问题,经过实地走访、深入调查研究,巡察组推动该院提前启用医院二期项目停车场,为该院院区腾挪出车位181个,方便了群众就医,得到广泛好评。

民生连着民心,解决百姓急难愁盼的“身边小事”就是做好群众工作的“头等大事”。从巡察组推动解决就医群众停车难问题的具体实践中,能感受到党和政府对民生问题的关心关切,更能看到党员干部解决难题的创新思维。

据媒体报道,该医院曾尝试通过扩建停车场、加强保安人员疏导、临时停车留号码等方式积极应对停车难问题,但效果并不明显。这一问题之所以能够得到缓解,关键在于新停车场的建设、启用。

两相对比可以发现,局限于现有场地、现有条件,沿用传统办法,问题难以解决;当视野放宽、思维拓宽,采用新的举措,则效果立竿见影。这启示我们:为民解难既需要真挚情怀,也需要创新思维。

创新思维解决问题,即在常规思考与解决问题的基础上,敢于超越常规、开辟新径,提出新的思路。一方面,要着眼于难点本身,深入研究问题、准确分析问题,抓住问题症结;另一方面,要跳出问题看问题,寻求解决之道。

当前存在的“老大难”,大多是老办法无法解决之事,眼下出现的“新挑战”,往往也不能用旧思路来应对。传统的解决方式常常受限于既定的框架和模式,难以触及问题的根源。创新思维已经成为解决复杂问题的必然要求,需从新的角度、新的层面去审视问题,寻找解决问题的新方法。

实现思维创新,离不开聚焦自身,在实践中勤思考、多探索,也离不开学习借鉴,吸收前人经验、善用“他山之石”。与此同时,还要集思广益,广泛倾听民声、充分汇聚民智。如此一来,创新思维才不会脱离实际,更有针对性、创造性地推动问题解决。

创新思维为民解难,体现的是为民服务的理念和水平,反映的是城市治理的智慧和能力。立足百姓所思所盼,增强问题意识,不断提出真正解决问题的新理念、新思路、新办法,“难办的事”就会变得好办,“办不成的事”也会办成。人民群众也将在桩桩件件急难愁盼的化解中,感受到更多、更实在、更可持续的获得感幸福感安全感。

本版言论只代表作者个人观点 投稿邮箱:hnrpl@163.com

海南观察

在屯昌县,有这样一个主题园,靠着种植的木薯,开发了研学项目,吸引了一波波的游客。一个木薯,何以产生如此大的效力?其背后离不开“智囊团”——中国热科院专家团队的支持。科技的加持,不仅让木薯形成了多种创意美食,也让乡村旅游迎来了“化学反应”,受到广泛关注。

蛋黄酥、曲奇饼、粽子……当各类用木薯制成的创意美食一字排开,相信不仅会让屯昌新兴镇村民

别让直播间成为“坑老间”

■ 魏燕

今日热评

“一瓶水卖1300多元,而且保质期长达10年,拿到产品后却发现连生产许可证都没有。”随着互联网的普及,保健品“坑”人事件频频出现在网上。近日,有网友发布视频讲述了他母亲网购保健品的一段经历,引发网友广泛关注与讨论。

随着直播带货成为深受人们欢迎的购物方式,不少行业、领域也开始“转战”直播间,希望在这个新型商业模式中分一杯羹,保健品就是其中之一。但直播间售卖的保健品也存在不少问题。有的产品号称有治疗奇效,到手后查看说明才发现只是普通食品;有的产品号称一个疗程就能见效,下单后商家却变着法地让消费者追加购买……主播为了销售产品也是花招频出,将普通产品吹出惊人疗效,让不少消费者“掉坑”。有媒体曾以“直播间”“保健”为关键词在投诉平台检索,发现

众多相关投诉信息,投诉内容包括出售“三无”产品、虚假夸大宣传等,投诉平台则包括多个直播带货的平台。

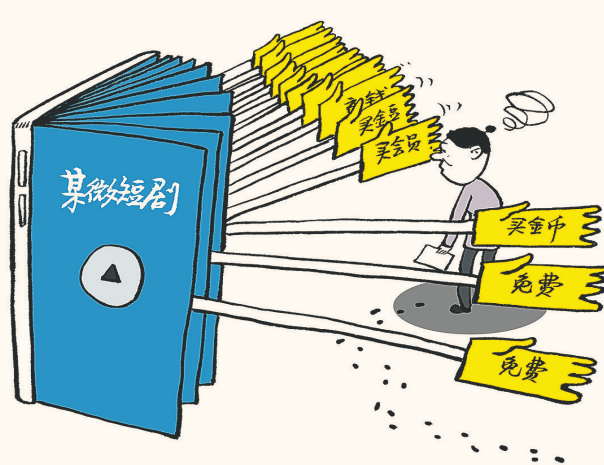
保健品不同于一般产品,在网上售卖保健品,需要严格的审核程序,且应遵循相关法律法规。广告法明确规定,除医疗、药品、医疗器械广告外,禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能,并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。2020年出台的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》也明确要求,网络直播中不得出现保健品类广告,并就直播营销行为提出规范性引导。各短视频平台的规则明确了大量禁用词,包括降糖、活血等病理性术语,高血压等疾病名称,防癌、抗癌等医疗效果词语等,以此规范保健品在网上的销售。

重重限制之下,仍有不少人铤而走险,究其原因,主要还在于市场空间太大。保健品的目标销售群体

多为老年人,随着移动互联网技术的普及,老年人上网的数量越来越大,且他们更为关注健康问题。近年来,利用直播带货的形式向消费者尤其是老年人推销各种“三无”保健品的现象屡见不鲜,有些主播为了躲避平台审查,常常通过展示图片、替换违规词或剧情演绎等方式暗示假药假保健品的功效,吸引、诱导老年消费者购买。这些行为不仅违反了相关法律法规,也侵犯消费者的知情权、选择权,还可能损害消费者的健康权,应及时予以制止。

直播间不是法外之地,“保健品”花式坑老的剧情,不能再在直播间上演了。目前,多地已经发布规定,明确医疗、药品、保健食品等不适宜以网络直播形式营销。平台也应强化主体责任,不仅要严格审核商家是否具有相应经营许可,还要对主播进行资质审核,并加强全时段监测,发现坑老行为,及时采取停播下架等措施,更好地保护消费者尤其是老年消费者的合法权益。

图说辣论



付费短剧套路多

“以为花9.9元就能解锁整部剧,没想到才看完3集,就被提示余额不足。”近日,有消费者反映,自己在看微短剧时被不断诱导充值,最后看完一部剧,花了200多元。

为了吸引观众付费,一些微短剧商家可谓套路满满。例如,打着“免费追剧”的幌子诱导消费者不断充值;吸引会员充值后,再设置

重重门槛,让消费者二次付费;还有的商家默默“帮”观众自动续费……重重陷阱,让消费者防不胜防。对此,相关部门不能听之任之,应该加强监管,出台审核的细则、标准,以及信用监管制度,倒逼商家和相关平台规范经营。消费者也应提高警惕,敢于维权,别让微短剧的付费陷阱掏空你的钱包。

(图/王铎 文/魏燕)

广告·热线:66810888

对父母的爱 在于行动

每天给父母一个问候 每周陪父母一起坐坐



2022全国公益广告大赛获奖作品