

让赛事流量变消费增量

■ 陈奕霖

当前,体育赛事已经成为促进社会消费、塑造城市品牌的重要抓手。人群汹涌、欢呼如潮、场面火热……从现场的盛况中可以看到体育赛事强劲的“流量”吸引力。但是,举办一项赛事需要投入大量人力物力,如果只是赢得“一场热闹”,这样的“成绩”显然不够,发挥赛事对消费、经济的“拉动力”,将活动的流量变成消费的增量,才是赛事举办所应兼有的效果。

实现从“流量”到“增量”的转化,不能只着眼于赛事本身,需将单项赛事纳入城市文旅融合发展大局

局进行考量和谋划,拓展消费场景。以端午赛龙舟活动为例,举办地可以引导景区、街区、商圈相关企业及周边商家,开展端午主题营销,举办赛龙舟啤酒节、美食节、特色商品展销、文创市集打卡等文旅活动,借赛事打造阶段性消费节庆活动,形成赛事配套,既为赛事的举办营造了氛围,又能充分释放消费潜力。

实现从“流量”到“增量”的转化,需要结合赛事项目特点,通过联动区域旅游、文化、美食、特色产业等资源,丰富消费产品供给。比如,聚焦精品赛事、地方传统特色赛事,

打造“观赛游”等消费产品,更新“休闲游”推荐线路;挖掘本地风情民俗、历史文化,围绕“吃、住、行、游、娱、购”等要素,因地制宜、因时制宜、因需制宜,开发有新意、有创意的融合产品,丰富多元业态,提供更多选择,回应赛事观众的消费需求,培育体育休闲消费新增长点。

就海南而言,2023年文昌“村VA”自6月30日开赛至8月12日,共吸引观赛人流超过40万人次,实现旅游综合收入2.6亿元,正是一个让赛事流量变成消费增量的成功案例。日前,海南出台了进一步促进

文体旅商展联动扩大消费若干措施,以真金白银支持有影响力的体育赛事活动,支持文体旅商展联动促消费活动,提升赛事“引流”效果,提高带动消费质效。这均是海南不断推动“流量”转化为“增量”的积极探索。

一项项赛事,既是竞技也是经济。体育搭台、文旅助阵、经济唱戏,通过多场景布局、多业态融合、多产品供给、高品质服务,必将能让赛事经济更“火”、文旅消费更“旺”,以赛事流量拉动消费的增量,为经济社会的发展注入更多能量。

海南观察

2024“海口杯”端午龙舟邀请赛刚刚结束,这场时隔20年重磅回归的端午赛龙舟活动吸引3万人到场感受“速度与激情”;前不久,为期两个月的五指山市第二届“桐林假日·老州府杯”足球比赛期间,该市共接待游客27万人次;接下来,2024年“九九杯”海南(文昌)乡镇排球联赛即将开赛,回想去年该赛事的热度,本届赛事的火爆程度可以预见……

让智慧生活更“适老”

■ 李明

南海涛声

“适老化”改造,将给老年人带来更从容的支付体验。

其实,不只是在移动支付方面,在智能服务广泛运用的今天,部分老年群体还面临着众多“数字鸿沟”。比如,因不懂网上预约挂号或网络打车,不少老人大量时间和精力耗费在排队等候上;因不熟悉智能电视、智能手机等电子设备,一些老年人面临着各种生活上的挑战和不便。数据显示,截至2023年末,我国65周岁及以上老年人超2.1亿人,占全国总人口15.4%。《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出“建设兼顾老年人需求的智慧社会”,营造老年友好型社会环境。因此,推行多方面的“适老化”改造势在必行,这也是积极应对人口老龄化、满足老年人对美好生活新期待的重要保障。

随着科技的日新月异,如何保障老年人数字权益,让老年人也能乐享智慧生活,已成为全社会共同关注的话题。各地纷纷加快“适老

化”的数字化改造步伐,比如,海南在银行网点的“适老化”改造,再如,多个城市上线网约车“一键叫车”服务、不少老年大学设置智能手机课堂等。实践证明,保障老年群体乐享智慧生活,是一个系统工程,涉及广泛,需要多方联动。让更多智能化服务惠及老年人,关键在于精准匹配老年群体实际需求。一方面,要从生活起居、看病就医、出行便利、社交旅游等老人高频生活细节入手,鼓励企业多设计和研发“适老化”的产品和服务,满足不同老人多样化的智慧生活需求;另一方面,还需注重普及推广,老年大学、社区、养老机构、家庭等要协同合作,通过经验分享、情景教学、“手把手”教等方式,多方引导老年人掌握必要的数字技术,提升老年人数字素养。

老吾老以及人之老。“适老化”改造,让智能设备的使用更“便老”,让智慧生活的形式更“亲老”,这是社会发展的应尽之责,也是时代进步的题中之义。

本版言论只代表作者个人观点 投稿邮箱:hnrpl@163.com

图说辣论



自动续费陷阱多

默认或强制开通、续费容易退订难……移动互联网时代,手机App成为人们生活中必不可少的工具。然而,一些App自动续费屡遭质疑,某知名投诉平台上,以“自动续费”为关键词搜索,相关投诉超15万条。

自动续费陷阱多,消费者深受其害,却屡禁不绝,为何?一方面是利益驱使,为了诱导消费者自动续费,有些商家可谓花样

百出,防不胜防;另一方面,消费者维权也很困难。很多消费者常常是在不知不觉中被续费,发现时为时已晚,只能自认倒霉。因此,治理自动续费乱象,还需相关部门加大监管力度,畅通维权渠道,督促商家规范经营。消费者也应加强维权意识,遇到自动续费陷阱果断投诉,保护自己的合法权益。(图/许丽文/魏燕)

e热评

亲子作业不该“卷”家长

幼儿园的“花式”手工作业,成为家长之间的PK擂台;有些家长为了完成任务,选择将亲子作业“外包”……近日,杭州市临平区教育局一则关于减轻低龄家庭教育压力的回复引发全网关注。

近年来,在强化素质教育的大背景下,幼儿园及中小学逐渐减少书面作业,增加偏重于动手实践的亲子作业、手工作业等。这本是一件寓教于乐的好事。然而,有些学校在布置亲子作业时,不考虑孩子的实际情况,导致花样繁多的“亲子作业”越来越多,难度越来越大,孩子根本完不了,好好的亲子作业,变成了家长之间的“内卷战场”。

这样的“亲子作业”早已变形走样。减量只是第一步,最重要的是,学校和老师需要回归儿童视角,让亲子作业回归初心,让亲子作业真正发挥其育人功能,赋能孩子的成长。(魏燕)

网友——

@捡书少年:亲子作业的价值在过程而非结果,不能陷入对成果完美性的追求之中,忽视了作业过程中亲子共度的美好时光。

AI面试需审慎应用

点击企业发来的AI面试链接后,电脑屏幕上出现一个虚拟人物和一行文字:欢迎参加此次AI面试,面试共有4道题目,准备好后请点击“开始”按钮作答……

AI的热度,可谓是居高不下,一时之间,仿佛万物皆可AI。这不,连企业面试,也都用上了AI考官。据报道,在今年春招中,AI面试再次成为热议的焦点。可是问题也随之而来,不少求职者对AI面试的冰冷、机械感到不适,甚至对AI的判断产生质疑。

AI面试虽然结合了视频分析、语音分析等技术,可对被面试者进行全面分析评估,但标准答案下的只问对错,不管情理,难掩其机械、冰冷的一面。面试是双向的,不能停留于标准答案的输出,而要在互动沟通中发现求职者的闪光点。AI面试,还是要审慎应用。

不过,AI面试让我们看到了AI应用的更多可能。但如何更好改进、优化,仍是要解决的考题;其能够在招聘应用中能走多远,还需要时间检验。(张成林)

网友——

@欧阳大大:AI面试有“精度”缺“温度”,还是不能过度依赖。

公益广告·热线:66810888

第21个世界献血者日向TA们致敬

你献我献生命线

海南省血液中心