

人民日报和海南日报评论员连线对话: 读懂海南的“热”与“深”

连线评论员

对话人: 人民日报评论员 周珊珊 海南日报评论员 魏燕

编者按:海南自贸港全岛封关以后,政策加速落地,活力持续释放,受到广泛关注。4月8日,人民日报和海南日报评论员连线,在人民日报评论版推出《读懂海南的“热”与“深”》文章。本版将文章转载如下,敬请关注。

周珊珊:今年《政府工作报告》在部署“积极扩大自主开放”时提出,“扎实推进海南自由贸易港建设。”每逢节假日,海南都会迎来旅游热潮,刚刚过去的清明假期,“海南游”热度不减。海南的这份“热”里,藏着哪些可供借鉴的探索经验?

魏燕:消费市场的热度,反映出海南自贸港对国内外游客的吸引力正在加速释放,背后是三大核心驱动力。政策红利是关键引擎。离岛免税持续发力,加工增值免关税、岛内居民消费进境商品零关税等政策落地,有效将制度型开放红利转化为消费者触手可及的实惠。

资源红利是天然底气。海南精准对接深度旅游的消费趋势,将阳光沙滩、热带雨林、民俗文化转化为丰富场景,用“差异性”和“治愈感”满足情感体验,把自然资源高效转化为市场竞争力。

精心服务是加分项。“海南放心游”平台升级,投诉实现3分钟受理、30分钟预赔付。这种以真金白银保障消费者权益的姿态,让游客敢消费、愿消费。

周珊珊:政策红利不仅吸引了游客,也便利了本地群众的生活。前不久,海南首批5家日用消费品免税店开业,在家门口“买全球”成为新风尚。从“游客专属”到“日常生活圈”,让开放政策更好惠及本地百姓、激活内生动力,这是海南的探索,也具有普遍意义。

魏燕:5家免税店开业,意味着开放成果正从吸引游客的“流量入口”,拓展为提升本地居民幸福感的“生活方式”。激活本地市场,将短期红利转化为长期动力,关键在于让“世界大集”开到家门口,变“尝鲜”为“习惯”。

这需要向下扎根,推动门店从中心城市向县城、社区延伸,探索“线上选购、即时配送”模式,以便利性培育消费黏性。同时要向上生长,打造“免税+”消费场景,让全球好物融入日常,使本地市场拥有持久生命力。

周珊珊:本地居民的“全球购”更方便了,外国游客也热衷于到海南游玩购物。全岛封关运作满百日,出入境外国人达51.8万人次,同比增长44.5%,免签入境外籍旅客22.3万人次,同比增长54%,折射出更“深”的吸引力。

魏燕:国际游客纷至沓来,一方面是免签入境、航线加密把海南和世

界拉得更近;另一方面则是非遗体验、民俗展演等活动丰富多元,“文化+”提升旅游体验,让海南在国际文旅市场中大放异彩。

吸引游客靠政策,留住游客靠服务。从菜单兼顾文昌鸡与红菜汤,到免税店的多语种导购,再到帆船、国际医疗等多元体验,海南正以高品质供给契合国际游客的消费偏好,将短期流量转化为长期留量。

周珊珊:“封关”的意义,不仅仅在于“免税”与“热闹”,更在于制度型开放。建设真正的国际旅游消费中心,真正的挑战在于如何实现可持续、高质量的发展。

魏燕:免税购物是“流量入口”,让海南从“购物天堂”迈向“消费高

地”,还需要打通数据跨境流动、资金自由进出、职业资格互认等深层次堵点,提供国际化、年轻化的旅游产品,真正建设好世界一流旅游目的地。

短期靠政策引流,长期靠制度留人。将政策优势转化为发展实效,以一流的环境匹配一流的资源,才能将“过路客”变为“常驻客”,打造好全球口碑。

周珊珊:海南自贸港全岛封关运作,是一个观察中国高水平开放的窗口。开放的红利,最终由企业与社会共享,才能激发出内需的磅礴动力;政策的优势,通过一流的营商与消费环境来承接,才能转化为实实在在的竞争力;特色的资源,与现代产业体系和国际服务标准相结合,才能形成不可替代的优势。海南自贸港的实践表明,中国的高质量发展让政策红利、市场活力、民生福祉与开放机遇同频共振,投资中国就是投资未来。

来论

近日,一则假期陪拍需求旺盛的消息冲上热搜:在杭州西湖边,一位兼职做陪拍的大学生,在清明假期里一天赚了1800多元……“陪拍”这种新兴服务,正成为年轻人旅行的新标配,受到广泛关注。

“陪拍”为什么能火?表面是“会拍照、性格好、懂网感”的服务升级,本质却击中年轻人出游时的一道隐秘痛点:同伴拍照的技术压力与人情负担。不少游客直言,“再也不用让闺蜜举着手机狂拍几百张选一张了”;情侣之间“拍不好还伤感情”的困扰,也因为付费陪拍的出现而迎刃而解。花钱买服务,可以理直气壮地要求调整角度、多拍几张,无需顾虑人情消耗。同时,陪拍师熟悉网红打卡点、懂得避开人群拍出“空镜感”,还能全程开启“夸夸模式”缓解镜头尴尬,提供了“专业出片+情绪陪伴”的双重满足。这种轻量化、高灵活度的服务,恰好填补了传统影楼流水线式旅拍与朋友随手拍之间的市场空白。

然而,“陪拍”火爆同样伴随着“踩雷”与乱象。譬如“货不对板”:平台上的“氛围感大片”吸引你下单,现场才发现只用手机随手拍,两小时五十多张照片能入眼的不过一两两张。还有“维权无门”:陪拍交易多通过社交平台,口头约定、微信转账,无书面合同,亦无第三方担保。一旦遇临时加价、服务缩水甚至失联跑路,消费者只能自认倒霉。如果陪拍师擅自将客户照片发到网上招揽生意,侵犯肖像权和隐私权,消费者则投诉无门。

“陪伴”乱象并非孤例。从上门喂猫到陪诊师,从“陪逛”“陪聊”再到“陪拍”,陪伴经济的各种形态都在经历“先发展、后规范”路径。尽管其市场创新活力十足,能快速响应碎片化的消费需求,但活力不等于无序。倘若一直停留在“个人对个人、口头对口头”的原始交易状态,就难以保障消费者权益,也影响整个行业的发展。

为此,相关部门应主动出手,借鉴相关行业已有经验,探索建立服务规范,如推荐使用统一合同模板、倡导明码标价等。平台也应及时介入,建立服务评价、投诉处理和保证金制度,让消费者“避雷”有据可查、维权有门可入。消费者自身也要提高警惕,约定前查看真实客户、保留聊天记录、选择“尾款满意付”的陪拍师,以降低踩雷概率。

日赚千元的故事固然诱人,但一个行业能否持久兴旺,最终取决于其每一笔交易是否都能安全、透明、可追溯。用完善的规则为这份热度保驾护航,才能让“陪拍”从“网红现象”成长为可持续的成熟业态。

本版言论只代表作者个人观点 投稿邮箱:hnrpl@163.com

『陪拍』火爆,规范不可少

周采光

让公共文化服务“长”在家门口

韩慧

准。三亚非遗小馆集展示、传习、体验于一体,有力对接市民精神生活需求,提升公共文化服务精度。从内容供给上看,7家小馆小而美、精而活,一馆一个主题设计,比如崖州社区小馆主打黄道婆文化、崖州民歌与崖州传统美食,彰显古城历史底蕴;天涯区马岭社区小馆以“非遗+研学”为核心,专为青少年设置黎陶制作等体验课程。差异化理念让非遗小馆能够集中主题对非遗技艺进行挖掘展示,形成鲜明的文化符号。

从场馆设计来看,非遗小馆通过盘活社区闲置空间而来,与市民“比邻而立”,免费开放,市民茶余饭后即可推门而进。如此“长”在家门口的非遗小馆,对于渴望长期学习非遗技艺的市民而言极为便利,逛馆由此成为其休闲生活又一选择。

从互动体验来看,非遗小馆邀请非遗传承人现场授课,吸引市民游客参加;打造文创体验工坊,指导市民游客制作黎锦手机壳等潮流文创,让非遗从“展

品”变为可使用、可带走的生活好物。这一系列尝试,吸引市民游客在沉浸式互动中浸染文化韵味,从而实现文脉活态传承与文化服务群众的“双向奔赴”。

提升公共文化服务水平,不能只看指标数据是否亮眼,更应关注文化是否在群众心里留下印迹。当前,一些非遗技艺因实用性减弱而淡出生活,难以充分彰显文化价值,可借鉴非遗小馆经验,创造性打造体验消费场景,吸引市民游客触摸文化的魅力。还可探索打造一些轻量化的平台,以低成本、高普惠的模式,推动中华优秀传统文化走近群众、走进生活。当越来越多的优质文化资源来到群众身边,群众的文化获得感会油然而生。

文化润物无声。沉下心来,不盲目追求一时的热闹,而是根据实际情况,完善优质文化资源直达基层机制,精准对接群众需求,才能在群众心中“种下”更多文化的种子,让文化如同繁花盛开,装点出色彩斑斓的精神生活。

图说辣论



莫让借贷成陷阱

叫个外卖,页面弹出“分期立减”;打个网约车,推来“低息借款”;充个会员、交个话费,都能看到借贷入口……如今,借贷广告已从专业金融平台渗透到各类生活服务APP,本应审慎的金融行为,变成一不小心就可能触及的“陷阱”。

看似“便捷”的背后,其实是精心设计的消费陷阱。平台利用高频生活场景,将借贷产品伪装成“优惠”“福利”,借“分期立减”的话术掩盖真实成本。殊不知,每一次轻松

点击,都可能是一份利率不菲的借款合同;每一次“立减几元”,换来的可能是数月乃至数年的还款压力。尤其对于自控力较弱的年轻人而言,这种无孔不入的诱惑,极易使其低估债务风险,从“试一试”到“刹不住”,一步步陷入债务泥潭。

对此,相关部门不能听之任之,应多方合力,斩断这伸向消费者的黑手,让借贷回归本色,守护好人们的“钱袋子”。

(图/王少华 文/魏燕)

南海涛声

学生围坐一起学唱崖州民歌,市民不出社区就能跟学藤竹编制,游客在非遗传承人的指导下制作黎锦手机壳……近日,在三亚市免费开放的7家非遗小馆里,市民游客饶有兴趣地参与体验非遗技艺,沉浸式感受当地特色文脉。这生动的景象,是三亚优化公共文化服务,着力提升市民文化获得感的积极探索。

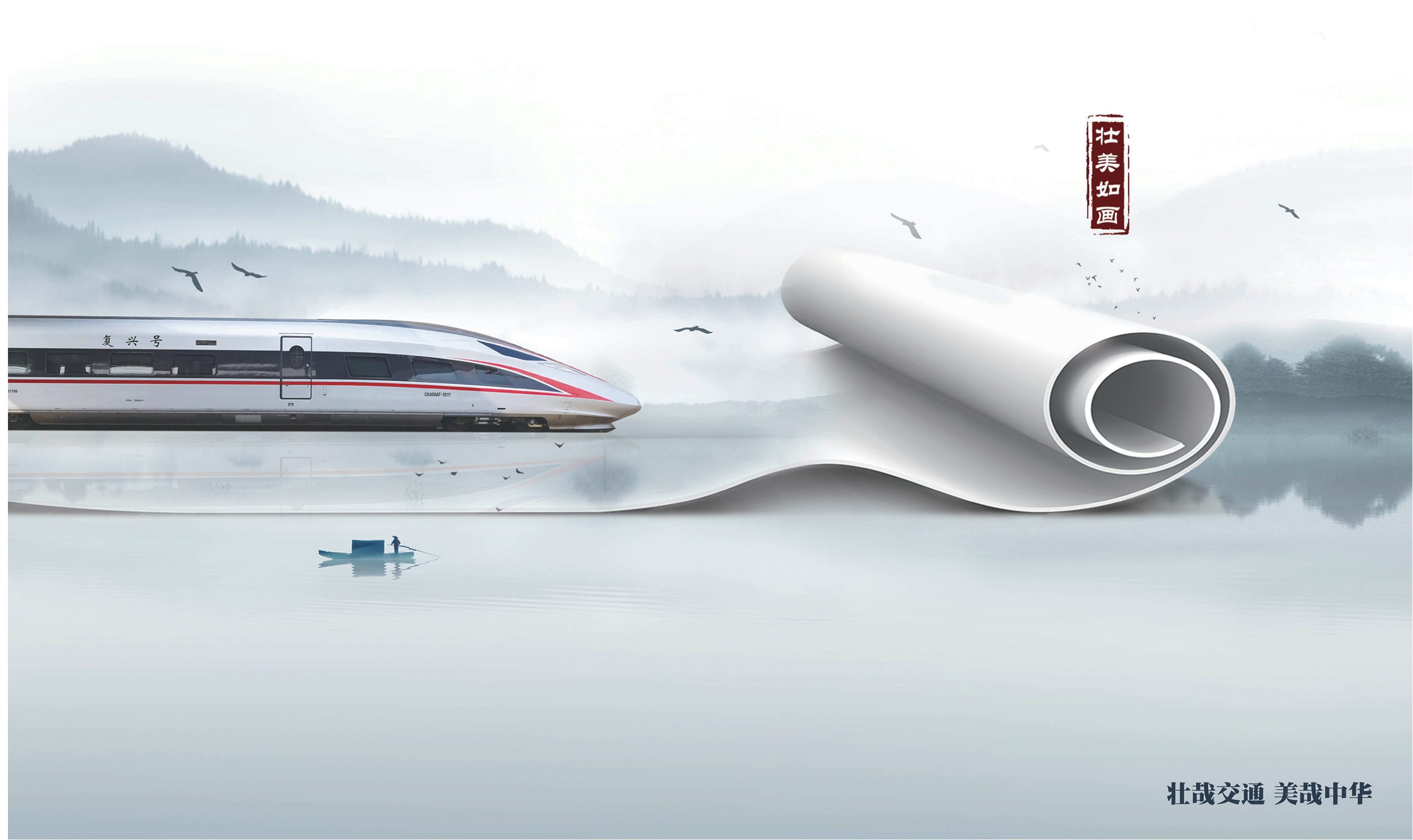
让公共文化服务可感可及,是社会文明进步的重要标志,也是提升人民生活品质的有力举措。当前,一些公共文化场所服务内容陈旧、方式呆板的现象并不少见,与群众需求错位,最终沦为可有可无的摆设。三亚创新举措,把非遗小馆开到社区街巷,让市民就近感受非遗魅力,既为古老非遗增添了烟火气,也为提升公共文化服务水平提供了新思路。

公共文化服务贵在精准,亦难在精

广告·热线:66810888

中国精神文明网 中国广告协会

新时代文明实践+公益广告 2023 作品



壮哉交通 美哉中华