

今日观察

# 城乡市井烟火旺 迎来文旅开门红

王如晓(市区)

兔年新春,疫情远去,我市紧紧抓住疫情防控政策调整后的契机,以节俭市,以节俭促游。城市的烟火气回来了,农村的年味浓起来了,年例、元宵节兴旺起来了,真是:酒店茶楼烟火旺,城乡景区人如潮,剧场影院无虚座,街市江畔灯如昼。尤其是2023茂名年例嘉年华暨高凉预制菜展销集市,茂名油城墟美食、游玩一条龙等等,更是掀起了我市新春游玩的高潮,吸引了四面八方的游客蜂拥而至,开心玩、食、住。由此,翻开了茂名文旅消费的新一页。

茂名新春为何迎来如此烟火旺,文旅红?笔者认为,底蕴厚、惠民心、强信心、行好心是关键,值得我们好好总结反思。

首先,茂名年例文化底蕴深厚,别

具特色,全国绝无仅有。农历正月二月是茂名最热闹的年例期,年例也是粤西尤其是茂名最隆重的民俗活动,在2021年被评为省非物质文化遗产,列为茂名十大文化名片,是洗夫人“好心精神”的延续和呈现。比如信宜“六双,高州分界墟、沙田忠平社,化州莞塘、旺涌,电白水东彭村、电城庄垌,茂南鳌头飞马等地的年例,可谓万人欢庆,热闹非凡。舞狮舞龙、花船花灯、飘色巡游、烟花爆竹、粤剧轻音乐、电影木偶戏等等,轮番上阵,应有尽有,令人目不暇接。远方来客,亲朋好友云集乡村,处处车水马龙,家家高朋满座,人人喜笑颜开,主宾尽情享受。客人既饱眼福,也饱口福,令人流连忘返,回味无穷。年例带来的消费观念,营造的节日气氛,擦亮的文化名片,通

过各种媒体,微信抖音传遍大江南北,五湖四海。

城市烟火气,最是暖人心。春节期间,城市、乡镇各大茶楼、酒馆,各个商场小店都八仙过海,各显神通,抢抓新春消费良机,盘活消费经济,吸引市民、村民前来购买心仪物品。酒肆茶楼,人气旺盛。比如,市区温德姆、嘉龙、高品味、国际大酒店等名店饮茶吃饭一座难求。各大商场推出兔年造景吸引小孩;夜间消费针对年轻人主打沉浸体验;潮流文创摆满大小摊位。迎春花市,姹紫嫣红,生意兴旺。市区官渡榕园烧烤,美味飘香。小东江边沿江路潮玩长街,华灯璀璨,如梦如幻,潮男潮女穿梭其间,真是烟火气满满,夜经济浓浓,通宵达旦,令人沉醉。

新年市场经济回暖,人们消费观念改变,外出经商务工人员,赚到钱后回乡买楼买车,呼朋唤友,带来了新的商机和消费热点。春节期间,各大、小楼盘,一手二手车行生意兴旺。城市各大小市场商品琳琅满目,销售大增,商家财源滚滚,喜笑颜开。尤其是海鲜生意,年例期销量大增,价格上升,货源紧缺,老板开心而忙碌着,尽量满足客户要求。

疫情三年,人们如笼中鸟,现在疫情远去,人们飞出囚笼,走向大自然。全市各个旅游景区人气甚旺,游客积攒了三年的消费意愿得到释放,迎来了春节开门红,全市各景区酒店、民宿、景区门票、美食餐饮等等优惠迅速被抢空。北起云开大山,南至海滨绿城,一派车水马龙、

人潮涌动的景象,一家大小,扶老携幼,相伴出行。信宜双合村,高州凤凰园、杏花村、荔枝博物馆,化州尖岗岭、国家热带农业公园,电白第一滩、洗夫人公园、登家墟,茂南油城墟、好心湖等景点,游客蜂拥而至,处处人山人海,真是万众欢欣,儿童雀跃,一片幸福祥和的动人景象。

除此之外,我市还出现了多样化、个性化的消费趋势,围炉煮茶,密室体验,闻香品茗,发烧音乐,卡拉OK,野外露营,爬山驴友等等一批新兴消费群体,备受年轻人及文化人的追捧,正在悄悄兴起。

由于政府重视,商家让利,带动了文旅、饮食等市场的兴旺,值得点赞。另一方面,笔者认为,城市烟火气,文旅开门红,绝非一日之功,切

不可为赚快钱而欺骗客人,或卖假货次货,坐地涨价,发不义之财。目前,全市上下,尤其是相关行业,最关键的是要树立顾客消费信心,优化消费环境,让信心转化为长期拉动消费的引擎,持续发力,不断提升服务品质。同时,要不断提高产品质量和服务质量,提供更高品质的文化服务。建立有地方特色、别具竞争力的文化产业集群,让更多景点、酒店成为游客的旅游目的地和值得游客信任、推荐的“金字招牌”。

随着我市“五棵树一条鱼一桌菜”不断做大做强,高凉预制菜不断扩大规模,提高质量,各大小商场、酒店肆市、旅游景区不断升级完善,我市将迎来餐饮美食、文旅消费又一个春天。

热点评说

## 凡人好事赞

陈冲(化州)

近读茂名日报民生版通讯《半院鲜花半院绿 绿叶花间有我影》,文中主人公金凤丽的事迹感人至深。她为小区义务植树二十年如一日,把原来一个植被绿化少,居民出入、休闲没有绿荫没有花草的小区,变成今日绿树成荫、花团锦簇的花园小区,多么不易,多么难得!当然,这不是她一人之力,但是她带头,是她迈出第一步,是她用言语行动树立榜样、作出表率,引导带动了一群人!因此,值得赞扬,值得学习,值得致敬!

一个人做一件好事不难,做一天好事不难,难的是始终如一,二十年如一日。金凤丽做到了,坚持了,而且还在继续,还在向着新的目标迈进。金凤丽是茂名石化的退休职工,因为义务植树、因为坚持做好事,在绿化过程中遇资金不足,主动拿出个人的积蓄,帮助小区物业购买树苗,买树种,既义务劳作又无私奉献个人资金,这种行为,这种精神,感动了大家,因而尊称她为金凤丽老师。金凤丽普通、平凡,但她的精神,她的事迹,何

其高尚,何其感人。这是什么精神?我认为是雷锋精神,是茂名好心精神,是新时代自我奉献的忘我精神!

试想,如果人人都能向她学习,把爱茂名爱小区爱绿化,变成自觉行动,我们这个城市何愁不绿化不美化?我们这个城市的精神文明建设何愁不达标?社会风气何愁不高尚?社会治安何愁不稳固?所以我们在抓物质文明、物质生产的同时,更要抓思想政治,更要抓精神文明建设,更要抓三观改造。而这种抓,不是轰轰烈烈,

不是突击行动,不是喊口号,不是背条文写文章,而是实实在在、扎扎实实,一步一个脚印,和风细雨,润物无声,持之以恒,深入心灵、渗透灵魂,滋润心田,使之变成自觉行动,形成自然习惯,化作目标取向。这个过程,不能一蹴而就,不是轻而易举,必须要有耐心,要有毅力,要坚持,要群策群力,要家庭、学校、社会多方结合,共同努力,共同迈进,缺一不可。

还记得上个世纪六十年代,社会流行这么一句口号:好人好事人人夸,歪风邪气

人人抓!时至今日,我觉得还适用,还值得提倡。试想,人人都对身边的好人好事伸出大拇指称赞、看齐,视作榜样,视作光荣;反之,对那些不文明不正派,甚至为非作歹的人事进行批评、抵制、指责,使之成为“过街老鼠,人人喊打”,那么,我们的社会何愁不风清气正,不文明不高尚!

让我们人人争做义务植树绿化的自觉者、践行者,让我们的茂名草更绿、花更香、天更蓝、水更碧,人文环境、自然环境更美好!

### 创建全国文明城市 大家谈 巩固国家卫生城市

## 为文明旅游添彩

梁翔(信宜)

据茂名日报社全媒体报道,为进一步深化行业规范教育实践,提高旅游行业企业员工职业道德素质,引导我市旅游企业遵守行业规范,进而潜移默化提升群众的文明旅游程度,日前,市文化广电旅游体育局开展了“文明服务我出彩,服务群众我先行”旅游行业规范主题教育活动。

文明是一个城市最美的底色,文明旅游离不开有关各方的维护与引导,也离不开每一位游客的努力。旅游是一项发现美、欣赏美、享受美的活动,更是一项创造美的活动。市民在旅游活动中的一言一行,不仅体现了个人的文明水平,更是一个城市文明程度的主要体现和重要标志。创建文明和谐旅游环境,需要万千群众的共同努力,更是万千群众的共同责任。

提升旅游文明素质,需要全民参与。美丽的旅游景点给人以美好的享受,请在尽情享受大自然美景的时候千万不要忘了文明旅游,因为您的文明举止和行为也是美丽风景的一部分,每个人在旅行观光的同时,其实也在展示着自己。是故,在出游中,要自始至终践行文明旅游。要倍加爱护景区环境和公共设施。譬如,不要在景区内乱扔垃圾、乱刻乱画、损坏文物古迹,珍爱景区内一草一木一石;穿着要整洁,举止要文明,有礼貌,讲礼节;要讲社会公德,坚决纠正旅游中的陋习,杜绝“不守秩序、不遵法规、喧哗吵闹”等不文明行为。特别在无人知晓、无人监督的情况下,要坚持文明礼仪和道德规范,努力形成知荣辱、促和谐的文明风尚,以文明的言行举止展示自身良好的文明素养,以实际行动为文明旅游添彩。

文明始于心,创建践于行。让我们从我做起,从现在做起,积极做文明旅游的践行者,树立文明形象,展示文明风采,把文明素质化为实际行动,时时处处做一个“有心”的游客,相互提醒、互相督促,一起为文明旅游尽一分责、出一分力,使文明绿色之风畅行旅途。

文明旅游,让我们每一个人都成为一道亮丽的风景线,为文明旅游添彩。

## 一城文明风 满目和谐情

雁翥(信宜)

“一城文明风,满目和谐情”,文明是一座城市的高标配,折射着城市的精神风貌,创建文明城市,需要每一位市民以主人翁的姿态,胸怀“城市是我家”的理念,让文明成为时尚。

随着创文的持久深入开展,“与文明同行”的理念已成为公约,成果显著:爱护公共设施,保护生态环境,遵法规,守秩序,讲卫生,明礼仪……巩固创文成果,让文明成为时尚,需要我们杜绝一切有悖创文的不和谐现象。近期我市各景区和公园热闹非凡,但在喜庆祥和的气氛中,仍有一些市民的不文明行为十分刺眼,在中国第一滩的沙滩上,部分游客随手乱扔纸巾、饮料瓶、快餐盒等垃圾;在茂名森林公园,每隔一段路,不时能看到纸巾、烟头等垃圾,个别游客见到盛开的鲜花,还忍不住摘下几朵放在手中慢慢欣赏。这些不文明的行为,不仅玷污了美景,还反衬出文明者的低下素质。

创文永远在路上,巩固创文成果,人人都是践行者和监督者,一个人的形象,直接关乎一个家庭、一个地区乃至一个国家的形象,人人心中公德意识、环保意识、文明意识,文明风尚才会大放异彩。

画里话外

## 资讯? 广告!

图/文 沈海涛 杜燕盛

据法治日报报道,近日,天津塘沽的张先生来电称,自己年迈的父母平时爱在App上浏览新闻资讯,但一些App上的广告宣传语很像新闻资讯,“广告”两字有的很小,有的字体很淡且混在图片里,很难察觉区分,导致父母经常点错,有的广告点进去容易退出来难,父母对此烦恼不已。希望有关部门关注并进行整治。

广告应显著标明“广告”字样,能够使消费者辨明其为广告。若App和平台内的广告存在诱导用户的行为,与法律规定相违背,须依法承担相应法律责任,由市场监督管理部门责令改正,处以罚款。平台和商家应尊重消费者的知情权和选择权。某些广告存在隐蔽性,导致消费者无法识别,本质上侵害了消费者的知情权,有关部门需要出台相关规则进行约束。平台和App开发商应当为消费者站好岗,放好哨,把好关,打造消费友好型互联网广告设计理念。



### 乡村振兴大家谈

## 科技下乡助力乡村振兴

刘广荣(信宜)

据茂名日报报道,最近在化州市播扬镇农业送科技下乡活动现场上,各咨询台前人头攒动,冒雨赶来的农民们有的索要各种资料、科技书籍,有的咨询如何防病虫害,有的询问农作物栽培技术和农机补贴政策……潇潇春雨中,10多位农技人员、农办工作人员面对面为农民进行技术指导和咨询,有问必答。

我市各地坚持“信息送到家,科技交到手,服务跟着走”,提升农业生产科技含量,从林业、农技、畜牧兽医等涉农部门中抽调业务精、能力强的技术人员组成农技服务队,深入到各村、组的田间地头,采取集中授课与分散培训、实地指导与相互交流相结合的方式,对广大农民群众进行生产技术和科

学技术指导,重点向广大农户推广先进适用技术,传递农业科技信息,进一步提高了农民群众的科技意识。

科学技术是第一生产力,乡村振兴离不开科学技术。农村中的各种产业高质量发展迫切要求农民掌握科学技术。由于种种原因,农民掌握科学技术的程度不高,随着社会飞速发展,新时期要求农民

科学技术水平有新的飞跃,农民不仅要有“脸朝黄土背朝天”的辛勤,也要有“一步一个脚印”的诚实,更要有“敢为人先”的科技创造性,才能把产业做大做强。送科技下乡活动为群众排忧解难,真是雪中送炭。这是根据实际情况采取行之有效的方法提高农民科学技术水平的做法。林林总总的科学技术,比如种

植养殖技术、畜牧兽医技术等,乡村群众学了一定会受益匪浅。送科技下乡的初衷是用科学武装农民的头脑,让群众尽快走上致富之路,同时也给农村的儿童提供学习科技的广阔沃土。“送科技下乡”发挥了科技人员的主体作用,密切联系群众,满足农民的需求,让科技助力乡村振兴,值得推广借鉴。