

打响本土文旅品牌,用文创改变乡村



□记者 欧阳蕾昵

面朝大海的渔家民宿、播种艺术梦想的培训学校、翰墨飘香的文创园区……如今,承载着乡愁、多方参与的美学探索正在沪郊大地多点开花。

作为金山首个民营市级示范园区,由老服装厂改造的海阔·东岸文化创意产业园可以说在远郊地区开了个先河。园区内的海阔美术馆,常年设有雕塑、绘画、摆件等原创珍品。市民游客可以在海阔非遗手创生活馆体验金山农民

画创作、土布贴画创作、陶艺制作等非遗文化项目。作为土生土长的“金山女儿”,上海市人大代表王芳在山阳镇开办了海派民宿“林泉渔家傲”,创立海阔·东岸文化创意产业园;在漕泾镇水库村,将村里废旧的两间仓库改建成“尚品书院”,兼具公共阅读空间、茶室、咖啡馆、文化活动和当地民俗工艺销售展示。王芳希望,这些渗透着美学价值的项目能将金山的文化和创意产业集聚在一个平台上,形成特色鲜明的文化地标。

“带着一种家乡的情怀,让市民重新认识金山。”今年“两会”期间,王芳代表递交了一份关于加大本土文旅品牌扶持力度的建议。王芳认为,文旅行业已然来到了“后疫情时代”,要抓住新机遇、新

风口,以文旅高质量融合促进经济社会跨越式发展。“尽管各级政府研究出台了专项扶持文旅行业的政策,但惠及企业有较大局限性,文旅品牌的塑造仍然欠缺。”对此,王芳建议,要加大对文旅品牌企业的政策扶持力度和品牌宣传力度。以金山区滨海旅游度假区和乐高乐园度假区为例,这些项目都在初期阶段,政府应该对其加大宣传,拓宽未来发展的融资渠道,为

文旅行业提供新的资金和人才的活力支持,加大文旅品牌的合作共赢扶持力度。

在市区的进贤路,王芳又开设了一家名为“浮城”的美食体验中心。“‘浮’的三点象征金山三岛在大海里的模样,也象征着对美好生活的向往。”三十年前,乡村向往城市,三十年后,市民渴望田园。在王芳眼中,城与乡正是上海生动的AB面。



■关注

南京路人气回暖 老字号购销两旺

趁着天气晴好,许多市民近日外出逛街采办年货,南京路步行街上不少老字号人气回暖,购销两旺。1月8日,在南京路上的老字号邵万生,前来购买年货的市民络绎不绝,糟醉食品、腌腊制品以及真空包装的熟食等都成为了不少市民首选。前来采购的市民张阿姨说,每年春节前都喜欢到邵万生来,因为这里有醉鸡、黄泥螺、醉蟹等,都是自己比较喜欢的产品。外地来沪的王女士快要过年回老家了,想给家乡的亲朋好友带点上海特色产品,觉得邵万生特别合适,能够代表上海特色,醉蟹、黄泥螺等都是老家没有的。由于南京路步行街环世纪广场升级改造,三阳南货店也处于改造项目之中,为满足市民需求,三阳南货店利用改造时间差,临时辟出了300多平方米的经营场地开展销售,基本涵盖了三阳南货店的传统经典产品。据了解,元旦假期以来,南京路步行街人气回暖迅速,随着春节临近,预计人流将进一步回暖,销售也将保持持续增长。



兔年将至,城隍庙地区已是年味十足。2023年的豫园灯会拉开帷幕,美轮美奂的花灯吸引了不少游客观赏,活动将持续至2月15日。(图为城隍庙中心广场的兔子主题灯组。)

■事件众议

误导消费的积分兑换不可信 新消费陷阱需合力填平

【事件回放】

积分抵扣+补差价=低价买名牌商品? 别轻信! 近日,中国消费者协会陆续接到消费者反馈有关经营者利用积分到期催办兑换相应商品或服务涉嫌误导消费的行为。中消协提示消费者,不要轻信所谓的积分兑换“补差价”福利噱头,以免“失分又蚀财”。

【综合观点】

年底积分清零,是许多网站平台的惯例。每到年底,各网站都会开展积分兑换活动,引导消费者将到期积分兑换成商品。作为一种营销策略,积分兑换既能增强平台的用户黏性,培养忠实消费群体,对于消费者来说也是实实在在的福利。不过,积分兑换鱼龙混杂,可能是“馅饼”,也可能是“陷阱”。在收到积分兑换的提醒短信时,消费者不能盲听盲从,还应提高警惕,擦亮眼睛。

近年来,积分兑换“补差价”成为新型骗术。除了正规平台官方

举行的兑换活动外,还有一些不法经营者通过冒充品牌客服、模仿三大运营商服务号码向消费者发送短信等形式,骗取新用户注册信息,邀请消费者主动点击链接兑换所谓福利商品,甚至开展相关电信诈骗活动。通常,消费者点击链接后就会进入一个陌生的电子商城,显示账户上有一笔不菲的积分。尽管该商城自己从未注册和使用过,但面对天上掉下来的积分,一些消费者往往会抱着“白捡便宜”的心态,欣然选择支付差价兑换商品。

然而,买的没有卖的精。正规平台官方兑换积分活动,可以直接

拿积分兑换,或是补少许差价。但在一些不法平台,清一色都是“积分抵扣+补差价”的操作模式,所谓“差价”往往比商品的全价还要高。比如,在某商城一款高温蒸汽拖把需要500积分+498元兑换,一套餐具需要1028积分+358元兑换。而在其他电商平台上,同款拖把只需398元,而同款餐具只需267元。说白了,积分兑换只是个幌子,高价推销才是真实目的。此外,中消协有关负责人还指出,一些积分兑换商城中的部分商品是假冒产品,还有部分品牌产品属于库存积压多年的产品。

填平积分兑换“补差价”陷阱,需要社会各方形成合力。首先,消费者要提高防范意识。通过正规渠道进行兑换积分,不要轻易来路不明的积分兑换短信,也不要点击陌生链接。“事出反常必有妖”,一个闻所未闻的电商平台,自己却拥有可观的积分,可以兑换名牌商品,这显然不合常理。对此,消费者可以留心比对商品信息和实际

价值,到网上查看那商品的市场价格,则高价推销的骗术就会被戳穿。

其次,电信业务经营者要履行把关义务。去年12月1日起施行的《反电信网络诈骗法》,明确要求电信业务经营者等市场主体承担风险防控责任,建立反电信网络诈骗内部控制机制和安全责任制度。电信业务经营者不妨针对正规平台官方端口建立“白名单”,对其他积分兑换商城短信内容、号段等进行监测核实、动态封堵,将涉诈线索及时报告有关部门。

此外,有关部门要加大整治力度。积分兑换高价低质商品,已经不是小花招,而是涉嫌消费欺诈,必须让其付出代价,有关部门应加强市场监管,畅通举报渠道,根据积分兑换诈骗短信顺藤摸瓜,揪出背后的不法经营者,依照《消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》等规定予以严惩。

(来源:东方网)

■ 点击

市检察院出台20项举措 服务保障国际大都市建设

近日,上海市人民检察院召开新闻发布会,发布近期出台的《上海市检察机关关于服务保障加快建设具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市的意见》(以下简称《意见》)。该《意见》包含20条具体措施,提出通过2至3年和5年两个阶段的奋斗,制度体系成熟健全,服务保障水平和能力显著提升,形成检察工作高质量发展与服务保障经济社会高质量发展互动并进的实践典范。《意见》把“护航高质量发展、创造高品质生活、实现高效能治理”作为最集中的工作导向和最鲜明的效果指向,统筹谋划,细化落实,在20条举措中又提出具体举措87项。在护航高质量发展方面,以服务保障国家重大战略任务为牵引,提出高水平法治供给26项举措;在创造高品质生活方面,主要围绕城市安全、良法善治、民心检察、生态之城、人文之城等增进民生福祉,细化检察履职24项举措;在促进高效能治理方面,围绕提升“四大检察”监督质效,提出一体融合履职激发法律监督效能、能动履职延伸法律监督效果等19项举措。

北外滩空中连廊示范段 一期完工、二期开工

新年伊始,北外滩开发再传捷报。作为北外滩集团开发实施的核心区重大工程,空中连廊建设取得里程碑进展。空中连廊示范段一期项目实现2022年当年开工、当年完工,二期项目顺利开工。据介绍,北外滩开发建设正围绕“上海北外滩、浦江金三角、世界会客厅、浦西新地标”,全力推进中国式现代化重要展示窗口精彩亮相。总长度约4.5公里的空中连廊系统,将成为中国甚至世界最长的城市连廊,并成为北外滩核心区立体慢行网络的重要载体,24小时开放并串联区域内各类公共功能,极大丰富观景和休闲体验。源于“人性化、立体化、艺术化”的设计创新,空中连廊示范段一期和二期项目分别首创了沪上首个带膜结构阳光棚连廊和首个双层连廊。未来的北外滩,每一栋楼宇都是通达的,二层连廊、地面慢行区、地下空间将连通构筑起全方位互联的立体活动网络。根据规划,北外滩核心区内将设置约22公顷的无车区。无车区范围内倡导慢行优先,使人们可自由享受公共空间。

虹口区深化完善加装电梯 “全生命周期”管理

虹口区房管局指导凉城新村街道在锦苑小区成立了加梯临时党支部,与街道携手开设了上海市首家社区“加梯会客厅”,构建“一支队伍、五大功能”。凝聚“一支队伍”,由虹口区房管局、街道加梯办、居委会、加梯实施单位等,与志愿者一起组成加梯服务队,为业主提供加梯全过程指导和服务。发挥“五大功能”,即接待咨询、矛盾调解、民主协商、宣传展示、工作例会,进一步推进加梯工作。加梯后续维护如何管理?虹口区房管局最新发布指导意见,明确由小区物业进行加装电梯建后运维管理,并将接管纳入物业达标考核奖励。会同虹口区市场监管局测算运维费用指导价格,积极推动安装“维小保”智慧电梯管理系统,让居民使用电梯更安心、更放心。