

“哈尔滨火了”背后的逻辑

张萍

中国新闻专栏
之江观察

“哈尔滨火了”,成为这个冬天最不需要论证的事实之一。据新华社报道,元旦期间,哈尔滨市累计接待游客304.79万人次,实现旅游总收入59.14亿元,游客接待量和旅游总收入全面赶超2019年,达到历史峰值。

游客对哈尔滨的热情升温其实是从负面的“退票风波”开始的。去年12月旅游冰雪季开始之初,因为游客在冰天雪地中苦等几个小时玩不上项目,哈尔滨遭遇“差评”危机。好在当地政府没有推塞责任,负责人现场督导,紧接着工作人员公开信、道歉、改进,一气呵成。

之后,哈尔滨从官方到民间都在用行动兑现服务承诺、关心关爱“南方小土豆”:私家车免

费接送、东北大锅炖出“夹子音”、冻梨细心切片,人造月亮、飞马踏冰、热气球、鄂伦春族驯鹿等表演轮番制造惊喜,把东北人的热情展现得淋漓尽致。网友也回馈以海量的热情,用层出不穷的梗发掘“哈式服务”的亮点。网络口碑的直线飙升,甚至把很多黑龙江人都“整不会了”。

为什么是哈尔滨?是因为提早准备抢抓机遇,还是因为真诚服务会玩梗?各路分析文章都试图从哈尔滨之火中得出规律性认识。纵观事件前后发展或许可以发现,这其中既有城市努力的必然原因,也有网友推波助澜的偶然原因,但一个最底层的原因逐渐显现:研究好、建设好文旅消费的统一大市场。

观察旅游市场的“冰城样本”,可以看到统一大市场在旅游行业释放的潜力与魅力。从盛夏淄博烧烤“一座难求”到凛冬“南方小土豆”蜂拥哈尔滨,我国14亿多人口的超大规模市场优势,其深沉广阔的力量显露无遗。

经文化和旅游部数据中心测算,元旦假期3天,全国国内旅游出游1.35亿人次,同比增长155.3%。但必须承认,并不是谁都能在统一大市场里大展身手,接住这“泼天的富贵”。要用好它,首先要认识它、研究它、建设它。

这个统一大市场,幅员辽阔、地域差异大,东西南北中气候文化的碰撞,能创造“才上冰城滑雪,又到三亚冲浪”“春去福建学簪花,夏到新疆玩自驾”的多样性消费体验,“小土豆”变“小金豆”,在宾主尽欢中实现双赢。

这个统一大市场,需要市场服务的统一、市场标准的统一、市场监管的统一和消费者权益的统一。所以,商家抑制住趁季节性消费赚钱快钱的冲动,监管机构对宰客、涨价等扰乱市场的行为坚决整治,服务从业者提供优质的服务,市民以客为亲、与客为友,这应该

是文旅大市场的基本底色。

这个统一大市场,活跃着一群向往美好生活品质的朴实消费者。他们给点阳光就灿烂,不管你是大城市还是小县城、热IP还是冷景点,他们享受到了优质服务就会变着花样地夸,会一波接一波的热度,把城市推向网络“顶流”,让用心的服务获得应有的回报。

透视一个又一个消费奇观,国人应能越来越真切地感受到,建设好统一大市场,尊重市场规律,善待消费者、客户、创业者,谨守法治,是畅通国内大循环、推动构建新发展格局的必然要求,是释放内需潜力、巩固经济回升向好基础的重要抓手,也是各行各业快速长远发展的机遇。在大市场中寻找大机遇,没有坐等天降富贵的“天选之子”,只有“悄悄努力然后惊艳所有人”的有心人,这便是“冰城样本”蕴含的重要启示。

“网红”没资格耍特权

凌海涛

据《法治日报》报道,近日,一男子因不满天气原因造成的航班延误,亮出自己网红的身份:“我是网红,我280万粉丝……”并辱骂工作人员,要求航空公司给予特殊照顾,引发关注。

碰上航班延误这档事,估计换谁都会不爽。作为乘客当然可以合理、合法地向航空公司维权,但是如果凭借网红身份要求特殊照顾,甚至撒泼骂人,就有点说不过去了。

类似网红“耍特权”的事儿,发生过不在一起,有些商家已经不胜其扰。去年10月20日,陕西榆林经德警方发布通告,公开征集一女网红违法犯罪线索。这名自称“快乐女孩张美丽”的网红,不仅仗着粉丝多吃霸王餐、乘坐交通工具不给钱、强行打广告,还随意辱骂他人。此前,河北廊坊某烤肉店内,一男子称自己有600万粉丝,要求吃霸王餐,随后被服务员怒怼:“抖音探店难道可以不结账吗?”商家如果不配合,这些网红就威胁曝光:“粉丝们一人一口唾沫也能淹死你。”

像这样的戏码,已经逐渐演变成一种乱象。部分网红不仅破坏了探店经济原本应有的获得感、体验感、真实感,更严重影响了商家的正常经营。在他们眼里,粉丝和流量已经异化为要挟商家、牟取私利的砝码。粉丝越多,似乎代表着可以拥有更多超越公序良

俗甚至法律的权利,越“高人一等”,越可以随便乱来。

不能把影响力当特权,这股歪风得刹一刹了。

随着社交媒体在公共舆论场发挥的作用越来越大,网红逐渐成为一种新职业,网红经济也成为一种新业态,粉丝数往往与网红的商业价值挂钩。但是,当坐拥百万粉丝、掌握一定网络话语权之后,如何合理合法地善用这种话语权,不少网红的公共观念和法律意识存在明显欠缺。就像这位乘机遇到延误的网红,维权是乘客的权利,但是也必须遵守法律法规和道德规范,不能使用暴力、威胁等手段解决问题。以自己粉丝数量多来要挟航空公司满足其特殊诉求,明显超越了维权“度”的界限。

网红、自媒体博主、大V作为新就业群体,同样应加强行业规范和从业者道德规范的建设。中央网信办于去年7月初发布《关于加强“自媒体”管理的通知》,有针对性地提出诸如加强信息真实性管理、强化典型案例处置曝光等13条具体工作要求,但是要取得预期效果,仍然需要汇聚各方智慧、形成强大合力。比如对达到一定粉丝数量的主播,可以设立网络主播信用评价体系,形成网红主播从业门槛、退出机制等;加强对MCN(多频道网络)机构和平台方的监督管理,为网红的种种“特权”行为划出“红线”。

画中话



当心被“贷款”

“明明只想领4张5元打车券,却不小心借了10000元”“订个酒店一不留神就被开通了小额网贷”“这年头连修图、视频App都可以借钱”……近日,不少消费者反映,在多款非金融类手机应用软件中,当点击领取优惠券、免费视频会员、选择优惠支付时,会被“诱导”或“误点”进入借钱页面,甚至不小心背上较高利息的贷款。有消费者感叹,买根葱、修个图、领个券……都可能被“贷款”,为啥是个App都想借钱给你?

陶小莫 作

浙江有礼

省域文明
新实践

浙风

倡导六种时代新风

爱国爱乡
唯实惟先

科学理性
开放大气

书香礼仪
重诺守信

浙风十礼

十礼

践行十种礼节礼行

敬有礼 拥党护根脉
爱国爱家乡

信有礼 重信守承诺
立身又立业

行有礼 言谈有礼貌
出行讲秩序

仪有礼 节庆崇简约
办酒不铺张

餐有礼 用餐要光盘
聚餐用公筷

学有礼 全民学礼仪
知书又达理

亲有礼 传承好家风
相亲又相爱

帮有礼 随手做志愿
邻里相守望

网有礼 上网要节制
传播正能量

乐有礼 文明伴游乐
有序观赛演

浙江有礼,从我做起!

浙江省文明办宣

公益广告