

观点
扫描

“春日经济”持续升温,文旅消费场景多元化创新为经济增长注入新动力。

“春日游”火热释放消费乘数效应

春和景明,游人如织。

刚刚过去的清明假期,不少群众走出家门,周边游、短途游热度攀升,“赏花游”“采茶游”等特色旅游产品受青睐。游人或于田野花丛中拍照打卡,或于踏青赏花间休憩放松。赏花之旅联结历史人文脉络,联动鲜花主题民宿,更有花饼、花茶、鲜花护肤品等特色产品及文创伴手礼涌现,各地激发“花样经济”活力,让文旅内涵愈发丰盈。

文化和旅游部4月7日公布的数据更为直观。2025年清明节假期3天,全国国内出游1.26亿人次,同比增长6.3%;国内出游总花费575.49亿元,同比增长6.7%。

“春日经济”持续升温,文旅消费场景多元化创新为经济增长注入新动力。越来越多人利用“清明拼假”去领略“诗和远方”。旅游平台数据显示,清明假期前3天、清明假期后2天的机票预订量明显上涨,长途游、出境游等相关预订量同比增长。“赏春”队伍中更不乏“老有所乐”,

清明期间老年人入住酒店的订单量同比增长三成以上,是增幅最高的群体。春色盎然,意兴盎然,人们追逐春天的脚步,感受春天的浪漫,“春日经济”前景光明。

“春日经济”火爆,反映出人们愿意为“春日限定”买单,渴望体验创新性旅游产品和服务。各地推出一系列春季主题文旅活动,共同打造跨区域文旅精品线路,实现“美美与共”。“以花为媒”,各地赏花踏青活动还为推动乡村旅游发展提供新契机,促进农民增收致富,更好助力乡村振兴。

今年政府工作报告指出,落实和优化休假制度,释放文化、旅游、体育等消费潜力。各地应深挖文化、民俗、非遗等内涵,延伸出生态观光、国风美学、创新体验等多元场景,通过持续升级文旅产品供给,推动产业从“一季红”向“四季火”蝶变,既满足了人民群众对高品质文旅的需求,又通过消费乘数效应为经济增长注入活力。

蒋萌 来源:人民网



车辆检测是一件严肃的事,不容儿戏,不容降标,更不容弄虚作假。针对车辆异地检测的种种乱象,市场监管、生态环境、公安等部门应建立跨区域联合监管机制和车辆检测信息共享机制,打破信息壁垒,使检测未通过的车辆处处受限。

异地车检不能成为问题车辆的“通行证”

近期,有群众举报称,在河南、安徽省际毗邻地区,一些机动车检测站让年审不合格车辆异地“通关”。据媒体调查发现,这些检测站主要客户为外地车辆,一些明显有问题的车辆确实能过关。(4月8日《现代快报》)

在同一检测标准体系下,同一辆存在问题的车辆,在A地检不过去,在B地却能“包过”,说明了什么?显然,B地的检测机构大概率存在降低检测标准、不按流程检测或者出具虚假、不实检测报告等问题。

机动车检测是发现机动车的相关问题并解决问题的重要手段,按照检测标准,不合格、不达标的车辆必须维修、符合标准后才能通过检测。车辆检测机构放任存在种种问题的车辆通过检测,看似给车主行了方便,实则架空了机动车检测制度,纵容了问题车辆带病上路,给车辆安全、车主或他人的人身安全以及道路交通安全埋下了隐患,也不利于大气污染防治。

在一些省际毗邻地区出现车辆检测尺度不一的现象,暴露出车辆检测机构执行检测标准的弹性空间大、跨区域协同监管机制不健全、车辆检测信息未能跨区域共享、基层监管部门的专业监管能力不足等问题。不同地方对车辆检测机构的监管存在“温差”,在这背后,既有某些部门监管能力不足的问题,也可能存在监管责任心不强、监管目的不纯、监管作风不端正等深层次问题。

车辆检测是一件严肃的事,不容儿戏,不容降标,更不容弄虚作假。异地车检给车主提供了更多选择,也能促进市场竞争,但异地车检不能给问题车辆开“绿灯”,不

能成为问题车辆的“通行证”。监管规则已经针对虚假不实检验检测亮明了零容忍态度。新修订的《检验检测机构监督管理办法》规定:检验检测机构及其人员应当独立于其出具的检验检测报告所涉及的利益相关方,不受任何可能干扰其技术判断的因素影响,保证其出具的检验检测报告真实、客观、准确、完整;检验检测机构不得出具不实、虚假检验检测报告。

针对车辆异地检测的种种乱象,市场监管、生态环境、公安等部门应建立跨区域联合监管机制和车辆检测信息共享机制,打破信息壁垒,使检测未通过的车辆处处受限。同时,加强对异地车检的监测,对异地车检数量较多、通过率较高的检测机构进行重点检查。

为了提升监管能力,有必要强化对基层监管人员的培训,还可以组织省市监管部门开展帮扶式检查,或者通过购买服务的方式安排第三方专业技术人员参与检查。建立有奖举报机制,鼓励内部人、知情人举报检测机构降标检测、不实检测、虚假检测的线索,也是行之有效的监督手段,也能拓宽监督视野。

监管部门如发现检测机构存在虚假检测等问题,应采取责令限期整改、通报批评、公开检查结果、罚款、将查处情况通报资质认定部门、将行政处罚等信息纳入国家企业信用信息公示系统等方式,对检测机构进行制约、惩戒,让检测机构付出代价,倒逼检测机构及其人员增强自律意识,严格依法依标准检测,守住车辆检测的质量关、安全关。

李英锋 来源:北京青年报



如果乡镇商超成为山寨商品藏身之地,不仅损害消费者的合法权益,侵犯正规品牌的知识产权,也严重影响乡村市场的健康发展和乡村振兴大局。

乡镇商超岂能成为山寨商品藏身之地

“太白兔”“六个桃桃”“康师傅”“雷碧”……这些乍看是名牌的商品,实则都主打一个“没看清就上当”。近年来,城市市场监管及治理力度不断加大,山寨商品转向一些乡镇商超小店。

从以往案件来看,此类山寨货的共同点都是在名称、包装、配色等外观上“碰瓷”知名品牌。然而,手段并不高明的山寨商品,因散落在广大乡村,监管触角难以完全触及,农村消费者维权意识不足等缘故,持续多年打而不绝。

如何才能对山寨食品标本兼治?这是困扰很多地方职能部门的共性问题。比如,职能部门因人力、手段有限,日常监管不可能面面俱到,往往以抽查为主,很多问题只能“不告不究”。为此,检察机关发出检察建议书,建议有关部门对辖区内销售侵犯注册商标专用权的不正当竞争行为进行查处,提出了明确具体的工作建议,给职能部门执法检查提供了依据和指导,更有针对性。

检察院公益诉讼力量介入乡村山寨商品治理,虽然取得良好成效,但从长远看,良好的市场秩序仍需职能部门多些主动而为。这起案件提醒监管部门,在执法检查的时候,不能有“重视城市,轻视农村”的心态,要想办法延伸监管触角,努力实现“有市场的地方就有监管者的身影”,持续挤压山寨商品闪转腾挪的空间,确保广大农村市场不被山寨商品侵蚀。

乡镇商超作为贴近农村、服务农民的重要商业设施,是农村消费市场的前沿阵地,也是乡村经济发展的重要支撑。如果乡镇商超成为山寨商品藏身之地,不仅损害消费者的合法权益,侵犯正规品牌的知识产权,也严重影响乡村市场的健康发展和乡村振兴大局。在此背景下,我们既要严厉打击个案,表明监管姿态,更要创新治理理念和方式,多部门联合出击,释放协同治理的乘数效应,让山寨商品无处遁形。

郭元鹏 来源:工人日报