

# 让自然生态美景永驻人间

李红梅

新春佳节,很多人回到心心念念的家乡,惊喜地发现自己的家乡越来越美——河流变清了,蓝天增多了,空气更加清新,公园、绿地就在身边……城乡生态环境质量显著提高,青山常在绿水长流空气常新,让人们的乡愁有了寄托,幸福感满满。

良好生态环境是最普惠的民生福祉,绿水青山是人民幸福生活的重要内容。习近平总书记强调:“要像保护眼睛一样保护生态环境,像对待生命一样对待生态环境,多谋打基础、利长远的善事,多干保护自然、修复生态的实事,多做治山理水、显山露水的好事,让群众望得见山、看得见水、记得住乡愁,

让自然生态美景永驻人间,还自然以宁静、和谐、美丽。”

进入新时代,以习近平同志为核心的党中央以前所未有的力度抓生态文明建设,坚持绿水青山就是金山银山的理念,坚持山水林田湖草沙一体化保护和系统治理,开展了一系列根本性、开创性、长远性工作,我国生态环境保护发生历史性、转折性、全局性变化,创造了举世瞩目的生态奇迹和绿色发展奇迹,祖国大地天更蓝、山更绿、水更清。

望得见山、看得见水、记得住乡愁,环境监测数据印证着人们的切身感受。2021年,全国地级及以上城市细颗粒物(PM2.5)平均浓度下降到30微克/立方米,历史性地达到了世界卫生组织第一阶段过渡值,空气质量优良天数比率达到

87.5%。我国成为全球空气质量改善速度最快的国家。全国地表水Ⅰ—Ⅲ类断面比例上升至84.9%,已接近发达国家水平。人民群众的生态环境获得感、幸福感、安全感显著增强。

“中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。”“尊重自然、顺应自然、保护自然,是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。”党的二十大报告深刻阐述了人与自然和谐共生是中国式现代化的重要特征,作出推动绿色发展、促进人与自然和谐共生的重大部署,明确到2035年我国发展的总体目标之一是“广泛形成绿色生产生活方式,碳排放达峰后稳中有降,生态环境根本好转,美丽中国目标基本实现”,将“城乡人居环境明显改善,美丽中国建设成效显著”列入未来5年的主要

目标任务。

全面贯彻落实党的二十大精神,我们必须坚持以习近平生态文明思想为科学指引,不断提高生态文明建设的能力和水平,推动经济社会发展绿色化低碳化,更好统筹经济社会发展和生态环境保护,突出精准、科学、依法治污,统筹减污降碳协同增效,持续深入打好蓝天、碧水、净土保卫战,以更大力度解决好老百姓身边的突出生态环境问题。

人不负青山,青山定不负人。生态文明建设是一个系统工程,需要付出长期艰苦努力。努力建设人与自然和谐共生的现代化,广泛形成绿色生产生活方式,把绿水青山建得更美,把金山银山做得更大,以高水平保护促进高质量发展、创造高品质生活,我们的幸福指数将持续提升。

## 文旅服务水平

### 要跟上市场复苏节奏

田晨旭

这个春节,各大景区人头攒动,酒店房间预订一空,不少游客直呼“熟悉的感觉回来了”。随着我国疫情防控政策优化调整,春节期间各地文旅市场加速回暖。然而快速复苏的背后,也有少数景区出现“游玩6个小时,排队4个小时”“花6小时才走到缆车售票点”的现象,旅行体验大打折扣,引发网友热议。

梳理相关新闻发现,出现拥堵的景区多为高山险峻之地,道路狭窄、路线长、局地小气候复杂。面对春节期间激增的游客和突发的寒潮天气,如若应对不当,不仅影响旅行体验,更有可能酿成安全事故。为确保游客安全,文化和旅游部紧急发布通知,要求各地“做好流量管理,完善安全提示警示标识和安全防护设施”,同时还要“有针对性地增加游客安全提示提醒,多方式、多渠道引导游客预约错峰出行”。

凡事预则立,不预则废。今年春节,各地旅游景区与酒店宾馆早早预订一空,体现了人们高涨的消费热情,也寄托着人们欢度佳节、喜迎新年的美好期待。部分景区的拥堵现象,暴露出景区管理者对旅游热潮和突发状况预估不足,信息发布、景区服务等方面工作不细,有待进一步提升与完善。

游客的旅行意愿是旅游市场最宝贵的资源,需要悉心呵护。春节期间火爆的旅游市场令人欣喜,各大景区抢时间、抓机遇的干劲值得肯定。但同时,各大景区也应始终把游客的安全与体验摆在首位。加强景区应急设施建设,完善景区信息发布渠道,提升精细服务管理能力,让游客拥有良好出行体验,文旅市场才能跑出健康有序的加速度。须知对旅游市场而言,一旦服务“晚点”“滞后”,不仅会让景区拥堵,更会给旅游市场复苏“添堵”。市场各参与方一定要做好充分准备,切不可让来之不易的“旅游热”偃旗息鼓。

针对这些情况,相关地方与景区已采取预约限流、客流疏导、加强信息发布等措施。目前,各地文旅市场依然火爆,对此各地各景区应该继续绷紧弦、提起神,让服务行为早一点,风险意识多一点,管理工作细一点,灵活而有序地维护好文旅活动秩序,赢得新年文旅市场的“开门红”。

## 救助帮扶

记者近日从最高人民检察院获悉,检察机关持续加大司法救助力度,最高人民检察院会同国家乡村振兴局印发典型案例,对因案导致生活陷入困境的农村家庭“应救尽救”。2022年共救助8.2万人8.4亿元,同比分别上升72.2%和36.9%。

新华社 朱慧卿 作



## 视频平台付费套路几时休

郎竞宁

新岁伊始,又到了给视频会员续年费的时候。“买了几个平台的会员,一年得花费近千元。”这不是在夸张,而是当下很多人花费的真实写照。为了追剧、看综艺或动漫,消费者往往需要在多个平台充值会员。考虑到各个视频平台的优势内容不尽相同,人们对不同平台分开收费在情理之中,但如今就算在同一平台内,收费名目也开始变得五花八门。

比如,对投屏画面的清晰度划分,低等级会员只支持480P清晰度,要想实现4K画质,需要充值到更高等级会员;再比如,有的平台会限制会员账号的登录终端,在手机或平板上注册的账号,在电视端就无法使用,只能另外开通电视端的会员账号,才能继续观看该平台的相关内容;还有的对付费内容和目标群体加以区分,体育赛事要开通“体育会员”,看动画听儿歌要开通“幼儿会员”……总之,花钱购买一个基本的普通会员远远不够,如果临时想投影大屏,或者多看一场体育赛事,都需

要额外付费。如此繁琐复杂的“套娃式”付费制度,让很多消费者感到既愤怒又无奈。

面对用户日益细分的差异化娱乐需求,视频平台转向“精耕细作”式的收费模式不无道理。但是,其结果要指向服务品质的升级、消费体验的提升,而不是巧立名目、增收费用。有不少人抱怨,为了追一部剧,先是在充值购买整部剧的观看资格,再充值享受高清画质,会员费“一充再充”,体验感也随之一降再降。要知道,内容消费并非一次性生意,当消费者产生了被“薅羊毛”和被套路的感觉,再次付费的意愿就会降低。如此恶性循环,得到的只有视频平台和用户两败俱伤的局面。

视频平台的收费模式也应更加详尽透明,不能中途突然更改条款,或者隐瞒需要额外增添的费用。消费者权益保护法规定,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。要让消费者的每一笔钱都花得明白,会员费覆盖的服务标准讲得

清清楚楚,同时更要做好售后服务,听取用户意见、及时处理投诉、改进费用收取的不合理之处,才能让人们心甘情愿掏钱买单,吸引更多用户留在平台。

近几年,随着人们版权意识的提升,加上支付手段更加成熟便捷,人们越来越愿意为优质内容买单,国内视频平台的付费会员制度也在慢慢完善、成熟。但健康良好付费生态的建立,是一个长期过程,不能一蹴而就,需要各大平台和用户共同努力,特别是平台要对用户心存敬畏,诚信经营。不论是此前被中消协点名的超前点播、单片付费,还是现在的“套娃式”付费,年年翻新的花式套路在短期内或许能增加平台营收,但透支的是用户未来的付费意愿和对平台的信任,终究不是长久之计。

归根结底,还是要回归付费机制的核心和本源。视频平台付费观看,是对版权的保护,也是对精品原创内容的支持,更是为了实现视频平台和整个业态的良性发展。与其在收费模式上套路消费者,倒不如在精品内容的创作与打磨上多花功夫,毕竟只有好内容才是视频平台的制胜关键。