



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

江单 张华勇 黄浩
李增勇 龚德贤 张邦
毛 齐明利 董哲

顾问 | 邓飞 方智平

李凌

社长兼总编辑 | 江单

执行社长 | 黄浩

副社长 | 李增勇 龚德贤

执行总编辑 | 张华勇

副总编辑 | 朱文强 王

维 张存猛 王芳

采访中心

主任 | 董哲

编辑中心

主任 | 罗阳

评论新闻中心

主任 | 董哲(兼)

经济新闻中心

主任 | 许平安

区域新闻中心

主任 | 潘利求

文旅新闻中心

主任 | 许平安(兼)

群众工作中心(内

部)

主任 | 张学江

国际新闻中心

主任 | 黄浩(兼)

融媒体中心

主任 | 罗明荣

新闻影像中心

主任 | 古风

品牌战略中心

主任 | 罗文

营商环境研究中心

主任 | 黄开堂

副刊编辑中心 / 《思想

者》编辑部

主任 | 唐吉民

驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周

璐

驻耶路撒冷记者 | 贺

友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

强

驻莫斯科记者 | 朱可

夫

驻奥斯陆记者 | 向建

军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹

志强

驻堪培拉记者 | 欧阳

子

旅游业复苏更需诚信经营

“五一”小长假，消费者出游热情高涨，旅游市场快速复苏。在消费活力迸发的同时，行业乱象也随之出现，比如，有些飞机、酒店、餐饮价格暴涨，还有民宿为了涨价恶意毁约。此前受疫情影响，旅游市场低迷，商家想通过此次假期快速“回血”，心情可以理解，但若不顾长远“狂捞一笔”，不仅影响消费者体验，扰动市场秩序，也伤了自身发展的根本。当前经济复苏良好态势来之不易，需多方发力、共同呵护，打造健康有序的旅游消费市场，为推动高质量发展注入强劲动力。

以虔诚之心守护经营之道。对于价格暴涨、恶意毁约的乱象，有人调侃，相关商家这是抱着“三年不开张，开张吃三年”的心态。面对疫情后进发的游客需求，抓住机遇追赶业绩无可厚非，但游客多了就肆意涨价甚至毁约的失信行为是不可取的。毕竟一旦根据现有价格形成了订单，就意味着双方契约的达成，而基本的契约精神是企业生存的基础，在任何利益面前都不得随意放弃和违背。最近爆火的淄博，之所以能让烧烤的流量持续发酵和生根，靠的正是“诚信经营”。在旅游业全面复苏的当

下，抓住复苏的机遇，将守信、品质作为根本，做长期生意，才是相关行业应该遵循的基本原则，切忌为了几粒芝麻，丢了自家声誉，坏了城市品牌，毁了经营根基。以严明制度规范市场秩序。据了解，各大旅游平台均有对商家毁约的惩罚制度。但为何部分商家宁愿被罚款，也要坚持毁单？本质上还是惩戒力度不够，毁约付出的代价和涨价带来的利润相差甚远，才会让一些商家有恃无恐。对此，平台应对存在违规行为的商家加大惩戒力度，绷紧守规经营这根弦。对于地方文化和旅游监管部门

而言，一方面要有限制假期过度涨价的相关规定，维护本地的旅游形象；另一方面要对违约、失信企业给予相应的处罚，避免毁约事件蔓延，影响本地旅游复苏发展。仍以淄博为例，在该城市刚刚通过烧烤引发全国关注时，当地就及时强调，“谁砸我们的锅，就砸他的碗”，以坚定决心持续搞好营商环境。以主人翁意识呵护旅游市场。打造健康有序的旅游消费市场，人人有责。对于消费者来说，一方面要加强自身权益保护意识，对于违法违规商家不纵容、不隐忍，以正规途径维护

自身权益。另一方面要自觉维护良好的旅游秩序，弘扬文明旅游新风尚。关注出行安全，不前往缺乏安全保障的区域旅游。注重消防安全，严格遵守防火相关规定，不在易燃物聚集地或有防火提示的地方吸烟、烧烤或者使用明火。谨慎参与高风险旅游项目，不做可能危及自身及他人安全的举动。当前，旅游需求在假期集中释放，相关各方应抓住机遇着力完善供给，在营造健康的旅游市场环境上下大力气，为快速升温的中国经济加一把火。

■杜秀萍

快递业市场回暖 彰显流动中国活力与生机

快递物流，连接千城百业，畅通供需两端，是经济发展的“晴雨表”。翻看一季度我国快递日均业务量数据——1月，2.33亿件；2月，3.28亿件；3月，3.38亿件。经过持续攀升，3月我国快递业务量超过100亿件，超过上年峰值，增速重回20%以上。直观可见的高速增长，直接反映着我国物流业整体呈现企稳回升态势。

物流，是经济社会的毛细血管。快递业高速增长，说明人们的消费需求在持续释放，这

种释放本身，也会拉动相关产业一起复苏。须知，快递的背后是各类商品，是各行各业开足马力的生产车间，是一个个产业链条上的就业者。快递业一头连接千家万户，这是广阔的服务领域；另一头连接生产制造，这是国之重器的工业制造。

某种程度上可以说，快递兴，则产业兴；产业兴，则经济兴；经济兴，人民的美好生活就有保障。

近年来，我国物流业在信息化、数字化、智能化等方面，开启了

全新的探索与尝试，这也是快递业务持续繁荣的一大动因。日前发布的《中国数字货运发展报告》显示，2022年中国公路货运市场规模为5万亿元左右，其中数字货运整体市场规模约为7000亿元，且占比越来越高。

如今的快递业，不只是单纯的数量和价格的比拼，更是以数字化能力为标志的综合服务水平比拼，追求物流运输更加精准、快速、智能、高效。大众看到的只是飞驰的小哥，听到的只是敲门声，但是

快递业的中上游，正在脱胎换骨。

快递业服务质效提升，也正在为推动中国消费回暖注入新动力。眼下，“五一”小长假来临，邮政快递畅通循环作用也将充分得到发挥。但越是在快递业不断发展壮大之际，越是要规范行业自身建设，完善自身服务，为推动中国消费回暖注入持续动力。

调查显示，一季度，快递服务公众满意度和72小时准时率分别为81.6分和75.4%，同比提高1.6分和3.4个百分

点。这显示出快递行业服务质量的持续改善，但也可以看到，提升空间仍然存在，快递服务仍需精益求精，不可懈怠。

物在流动，人也在流动，一幅流动的中国社会图景，彰显的是社会活力和发展生命力，也是热气腾腾、熙熙攘攘的烟火气，更是中国经济持续增长的内在韧性和动力。只要需求在，万水千山不远；只要信心在，我们的目标一定能实现。

■央视

烧烤、炒粉为何能带火一座城

最近一段时间，山东淄博凭借烧烤霸屏全网，无数游客奔赴淄博开启了“撸串”的狂欢。而地处湖南东部的醴陵市也凭借“炒粉”登上网络热搜。淄博烧烤、醴陵炒粉在掌握流量密码，抓住发展机遇，迅速出圈的同时。我们不禁要问：烧烤、炒粉到处都有，为何火起来的仅仅是淄博和醴陵？客观地说，淄博作为一座以工业立地的城市，地处山东中部，东接青岛，西接省会城市济南，在省会城市虹吸效应下，在文旅发展方面，并不具有得天独厚的优势；再看醴陵，作为一个县级市，虽素有“中国陶瓷之都”和“中国花炮

之都”的美称，但谈及瓷器和烟花可能大家印象更深的是景德镇和浏阳。这两座城市能够在内卷严重的文旅市场上突破重围实属不易。这背后所彰显的是服务型政府的创建，以及城市品牌的塑造与重构。

醴陵炒粉之所以能够“出圈”，在很大程度上归因于醴陵市委、市政府的主动出击，积极回应的核心治理能力。为办好首届炒粉节，醴陵市委、市政府快速反应，出台一系列惠民措施，严格规范市场秩序，营造积极、良好的市场运行环境，乘着这来之不易的热度，让消费者感到实惠、让外来者真正有宾至如

归的体验。譬如醴陵推出的万人免费同吃醴陵粉、万声同唱醴陵谣、万元国瓷相送、万户共赏烟花秀、万家燃放加特林游乐活动，就是用心用情整合当地旅游文化资源，让外地游客在醴陵感受烟火气、人情味的典型。仙都酱板鸭一直是醴陵颇受欢迎的美食之一，应广大网友认为价格偏高的评论，醴陵市副市长出面与仙都酱板鸭负责人面谈，成功把价格降下来，把更多的福利带给老百姓。可以说，和淄博一样，醴陵拿出了最大的诚意。只要游客有需求，醴陵市委、市政府都会全力回应，尽最大努力协调，真正做到了“民

有所需，我必有应”。

“民以食为天”，美食是中华文化的重要组成部分，淄博、醴陵立足本地地域特色，先后推出首届淄博烧烤名店“金炉奖”、首届醴陵炒粉节，通过美食来吸引四方游客。如果单是美食，其实很难做到留住人，说到底还是“文化”的魅力。与其说，吃的是一串烧烤、一碗炒粉，不如说是为了感受服务至上，童叟无欺的真诚，是为了感受不一样的地域文化。在万物互联的时代语境下，流量意味着经济。就像一位网友所说，“要让别人爱上你这座城市，就先让他爱上你的味”。因此，淄博、醴陵着力

打造具有地方特色的美食品牌，实际上就是希望通过美食这一载体，立足美食文化，实现文旅深度融合，进一步擦亮城市名片，扩大城市影响力，让更多的人认识这座城市、了解这座城市、爱上这座城市。

淄博烧烤、醴陵炒粉的“出圈”，是当地政府抓住发展机遇，积极求变，以开放、包容的姿态主动迎接八方来客的结果。俗话说：

“爱出者爱返，福往者福来”，只有以最大的诚意，最接地气的举措让百姓有获得感，才能实现一座城市的长足发展。

■罗咸辉 冯翔龙