

今日观点

以“绣花功夫”抓好假日景区疫情防控

张智全

景区的疫情防控涉及到方方面面，既是一个宏观的管理命题，更是一个技术活儿，没有“绣花功夫”，难以收到应有成效。主管部门要求景区严格落实“限量、预约、错峰”要求，实际上是对景区疫情防控开出了“对症下药”的“处方”，景区应以做足做实“绣花功夫”的执着，慎终如始地把这些极具针对性的对策逐一落到实处，从而在源头上为疫情防控筑牢“防火墙”。

文化和旅游部28日召开电视电话会，对“五一”假期出行疫情防控工作进行再动员、再部署。会

议要求，要精心设计线路、合理控制团队规模，对旅游产品进行安全风险评估，选择具有相应资质且符合当地疫情防控要求的供应商、合作商；倡导小规模旅游团队出行，科学安排团队旅游线路、规模和出游时间，分时段、分批次、分区域开展旅游活动。（4月29日《新华每日电讯》）

今年的“五一”小长假，是我国疫情防控取得显著成效后景区放开接待游客的一个特殊节假日。受经济持续稳定恢复和新冠肺炎疫苗接种逐渐普及、部分地区建立免疫屏障等有利因素支撑，今年“五一”假期居民出游意愿和旅游消费信心明显增强，市场景气预期显著提升，因疫情抑制的出游需求将在就地过年后集中释放。根据中国旅游研究院的预测，今年“五一”假期国内旅游

出游有望达到2.2亿人次，按可比口径甚至超过疫前同期水平。面对可以预期的“人从众”客流，景区切实做好各疫情防控工作，无疑意义重大。

新冠肺炎病毒具有人传人的典型特征，景区大规模的人群聚集，最容易为其传播敞开口子。虽然目前我国疫情已得到基本控制，但零星爆发的病例，仍警示着疫情防控丝毫不得放松。景区在敞开大门迎接游客的同时，更应坚持防控疫情的第一要务，以“绣花功夫”把各项防控工作做到极致，确保节假日期间广大游客能够“放心游”和“安心游”。

景区的疫情防控涉及到方方面面，既是一个宏观的管理命题，更是一个技术活儿，没有“绣花功夫”，难以收到应有成效。主管部门要求景区严格落实“限量、预

约、错峰”要求，实际上是对景区疫情防控开出了“对症下药”的“处方”，景区应以做足做实“绣花功夫”的执着，慎终如始地把这些极具针对性的对策逐一落到实处，从而在源头上为疫情防控筑牢“防火墙”。

一方面，各景区要在思想上对疫情防控保持充分警惕，始终秉承对游客生命健康安全负责和严防疫情传播的理性，就落实“限量、预约、错峰”要求提前予以谋划和部署，及时推出具有前瞻性的防控措施。

另一方面，要进一步完善和细化更具针对性的精准防控措施。既要利用互联共享的大数据，提前发布景区有意向前来的游客数量，让游客在可预见的“人从众”情形下，主动选择放弃游览热门景区或错峰出游，避免人群“扎

堆儿”而导致疫情防控的失守；又要秉承“宁可多一点麻烦也不放松疫情防控”的理念，对进入景区的游客，在疫情监控、检测、排查等方面，事无巨细地严格落实好各项疫情防控措施，促使疫情防控之网密不透风。

去年年初新冠肺炎疫情发生后，各景区的正常经营都被迫按下了“暂停键”，旅游收入受到重创。今年“五一”假期出行禁令松绑后，公众出行的消费意愿显著提升，为景区恢复经营、增加收入提供了难得的契机。越是在这种关键时刻，景区不能为了弥补疫情期间的经营损失懈怠疫情防控，而应恪守确保正常经营与履行社会责任并重的基本理念，以“绣花功夫”做细做实各项疫情防控工作，实现重振旅游消费和疫情防控的“两不误”。

每日图评

员工“图书互换”让企业书香味更浓

4月23日，世界读书日当天，陕西石羊集团图书互换活动在大家的期待中拉开帷幕，集团和各产业员工从各自家中带来书籍进行互换。自4月1日图书漂流活动开展以来，该集团一楼大厅书架上的图书被争相借阅，大家还在漂流纸上写下读书心得，字里行间透露着自己的所感所悟，闪烁着思想的火花。（4月28日《劳动者报》）

说到打造学习型企业，一些企业和员工总感到，要么工学矛盾突出，缺少时间和方法；要么

由于企业规模小，员工少，缺少场地和资金，难以建立图书室，造成了员工阅读难。

其实，阅读是一种习惯和生活方式。一个人如果每天都能抽出一段时间读书，让阅读成为一种习惯，一直坚持总有收获。很多时候，人与人之间的差异，就在业余时间阅读的程度。笔者以为，陕西石羊集团的做法好就好在，一是一直以来坚持通过举办各类读书活动，引导和营造浓厚的学习氛围，为员工提供交流思想拓宽视野的平台，提升综合



素质；二是开展图书互换，让员工家中的图书漂流起来，既减轻了企业的负担，又使书香在企业 and 员工家中飘逸，充满浓浓的文化气息；三是创设生动活泼、行之

有效的学习交流载体，不仅使员工在分享各自的读书感悟中，提高了技能和素养，而且也加深了彼此的认识和了解，为企业的发展增加了文化软实力。 □韦华

长话短说

设立“工匠日”有助弘扬工匠精神

4月28日，江苏省苏州市举行庆祝“五一”大会暨工匠广场启用仪式，表彰了2021年苏州市劳动模范和第三届“苏州时代工匠”，并同步庆祝首个“苏州工匠日”。（4月29日《工人日报》）

2020年，苏州市出台《关于建设劳动者就业创业首选城市的工作意见》，提出打造劳动者素质最优、劳动者配置效率最高、劳动者最被关爱最能融入最能成长的城市，并推出“金蓝领”培育工程、“选出劳动者做一周市长”等29条新政策及“一揽子”方案，让“塔尖”高层次人才和“塔基”高素质产业工人爱上苏州、建设苏州，真正成为“最优劳动者”，建成“最强产业链”。自2016年以来，苏州市总工会联合市人社局举办了三届“苏州时代工匠”全城寻访活动，共命名“苏州时代工匠”59名。这些工作为设立“苏州工匠日”奠定了扎实的群众基础。

“玉兔”可以探月，“蛟龙”也能下海，可见我国的顶尖技能人才完全可以媲美一些发达国家，这其中，“工匠”发挥着巨大的作用。要建设一支强大的拥有现代科技知识、精湛技艺技能和较强创新能力的高素质技能人才队伍，必须大力弘扬工匠精神。苏州市设立“工匠日”，通过在苏州工匠广场以“大国工匠，传承再生”为主题的活动等，可以更好地弘扬工匠精神，厚植工匠文化，让更多人学习感悟工匠精神。

希望更多的地方像苏州市那样，设立“工匠日”，用工匠精神激励更多劳动者特别是青年人走技能成才、技能报国之路。使我国由工业大国向工业强国迈进，才能在世界上有更多的“中国制造”。 □胡建兵

网评锐语

莫让影视侵权“剪刀手”逍遥法外

李雪：国家电影局28日通报，针对当前比较突出的“xx分钟看电影”等短视频侵权盗版问题，国家电影局配合国家版权局继续加大对短视频侵犯电影版权行为的打击力度，坚决整治短视频平台及自媒体、公众账号生产运营者未经授权复制、剪辑、传播他人电影作品的侵权行为。不能让影视侵权“剪刀手”逍遥法外，强化依法规制很有必要。相关部门既需要做好相关法律知识的普及，增强公众的法律意识，更须“动真格”。

假期博物馆“一票难求”呼吁服务提质升级

张立美：近日湖南省博物馆发布公告，“五一”小长假期间照常开放，每天限额9000人，但“抢票”却成了难题。事实上，“五一”期间博物馆出现“一票难求”的火爆现象，在一定程度上已经预示着在未来，博物馆文化热的常态化将成为一种普遍的社会现象。在这种新形势下，博物馆的服务一定要跟上，要不断提质升级，为大众提供更优质的服务。

世象漫说



有感而发

避开不良营销的“坑”需合力而为

“商家超售”“订金和定金”……“五一”假期来临，出游消费时要避开哪些“坑”？4月28日，中消协发布《2021年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析之不良营销手法专题分析》，指出“假”促销虚优惠、混淆计量等手段、超售套券难兑换、砍价集赞拉人头等十项不良营销手段，为明明白白消费支招。（4月29日《新华每日电讯》）

契约精神是市场经济社会的基础，是最基本的商业精神和最低限度的商业道德。《消费者权益保护法》明确规定：“经营者与消费者进行交易，应当遵循自

愿、平等、公平、诚实信用的原则。”不良营销有悖契约精神，既侵害了消费者的合法权益，也扰乱了正常的市场秩序，不利于行业的健康发展。如何避开不良营销的“坑”，需要商家、消费者和监管部门合力而为，相向而行。

商家不“挖坑”。从某种意义上讲，给消费者“挖坑”，就是商家在给自己“挖坑”。对此，商家必须深刻反思，坚守契约精神，依法诚信经营，不要“聪明反被聪明误”。消费者少“入坑”。俗话说，从南京到北京，买的没有卖的精。消费者在消费

职业陪伴师走俏

高速运转的都市生活中，亲人的陪伴往往成为“稀缺品”。上门为宠物喂食，陪孩子上补习班，陪老人旅游……伴宠师、亲子陪伴师等职业陪伴师逐渐成为新兴职业，但服务标准和水平也有待规范。（4月29日《北京日报》） □王锋

时，一定要冷静理性，多留个心眼。监管部门多“填坑”。眼下，促销手段花样频出，规则越来越复杂，套路也越来越深，市场监管部门要加强对新形势新问题的分析研判，加大监管执法力度，及时制止和查处不良营销行为。对于欺骗误导消费者的商家来说，除承担相应的民事责任外，有关部门还要责令其改正，给予警告、没收违法所得、罚款等处罚。在此基础上，通过总结执法经验，适时发布消费提醒，戳穿商家的惯用伎俩，提高消费者的防范能力。 □张淳艺