

成由勤俭败由奢

■新华社记者 杨柳

近日习近平总书记对制止餐饮浪费行为作出重要指示,指出餐饮浪费现象,触目惊心、令人痛心!强调坚决制止餐饮浪费行为。这一告诫既是治当下,也是管长远。

勤俭节约为持家之本,艰苦奋斗是治国之要,这是亘古不变的真理。在漫长的历史中,粮食始终是人们追求美好生活的出发点和归宿点,“成由勤俭败由奢”是解读众多朝代兴亡更迭的一把密钥。中华民族自古以来就有敬天惜粮、勤俭节约的传统。“俭以养德”“克勤于邦,克俭于家”“俭节则昌,淫佚则亡”等内涵丰富的古训,浓缩了一个民族对个人和家国长远发展的深刻思考。

随着经济发展、社会进步,“吃不饱”渐渐成了老一辈人口中的“那时候”,人们现在不再为食不果腹犯愁。或是出于攀比或是炫耀等心态,请客、接待、聚会时多点、多剩有时反倒成了有面子。然而,促进消费不等于浪费。如今的富足源于大自然的馈赠,来自科研人员的夜以继日,有赖农民的辛勤劳作,来

之不易,需倍加珍惜。

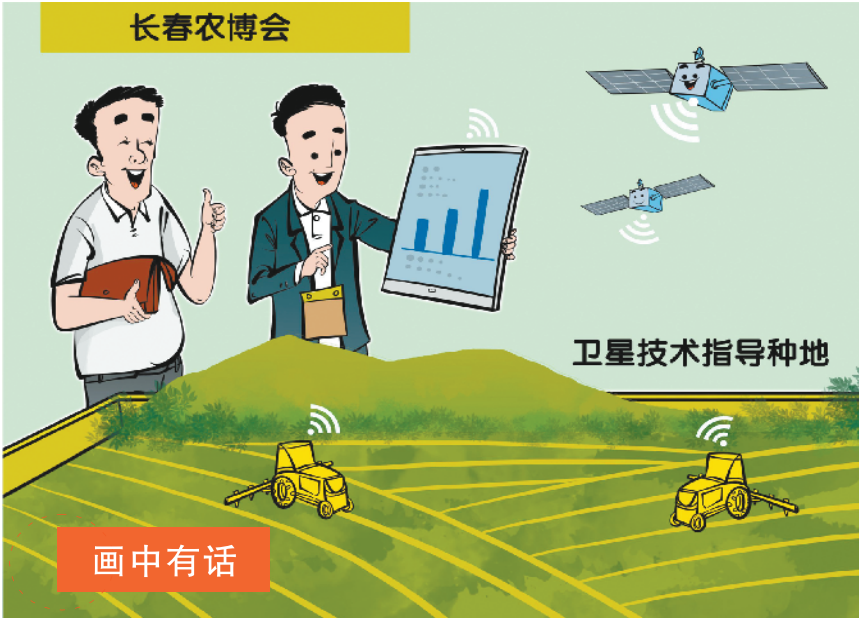
古今中外,大到邦国、小到家庭,无不是兴于勤俭,成于奋斗,亡于奢靡。不论国家经济水平发展到什么程度,不论人民生活改善到什么地步,艰苦奋斗、勤俭节约的传统都不能丢。物质生活越丰富,越需要与之匹配的现代社会文明理念。

当前,我们即将夺取全面建成小康社会伟大胜利,踏上实现第二个百年奋斗目标的新征程,在根本的吃饭问题上,依然要有危机感、紧迫感、责任感。其实,饥饿离我们并不遥远。数以亿计的中国人基本解决温饱问题,是在1984年底,不过是30多年前的事情。如今,脱贫攻坚还有很多难啃的硬骨头,夯实农业基础仍有许多工作要做。联合国世界粮食计划署执行干事戴维·比斯利前不久曾表示,全世界每天还有8亿多人挨饿。“仓廩实,天下安。”杜绝浪费、厉行节约从来就是发展中所遵循的根本之道。

为了更加美好的未来,坚守“粮”心、践行节约应该一以贯之,始终成为我们每个人的自觉行动。

(新华社北京8月19日电)

智慧农业



利用卫星遥感技术测土施肥,安装北斗导航系统的农用拖拉机可实现无人驾驶,卫星定位后为具体地块提供种植方案……正在举办的第十九届长春农博会上,卫星技术指导种地吸引了大量农民关注。

新华社发 曹一作

“免门票”促进旅游业转型升级

■李思辉

名满天下的黄鹤楼、气势磅礴的三峡大坝、野趣盎然的神农架……“灵秀湖北”可以免费畅游了。不久前,湖北启动“与爱同行 惠游湖北”活动,全省近400家A级旅游景区对全国游客免门票开放。

大手笔“请客单”饱含湖北的绵绵深情。新冠肺炎疫情突袭荆楚,作为疫情防控主战场的湖北和武汉,一度形势严峻、处境艰难。当此之时,党中央、国务院调集各种资源和力量支持湖北;全国人民心系湖北,捐赠了大量医用物资、生活物资;340多支援鄂医疗队、4.2万余名医护人员白衣执甲、逆行出征,不顾生死、奋勇战疫,创造了一个个生命救援的奇迹。进入疫情防控常态化阶段,各地又纷纷对湖北发展“搭把手,拉一把”。湖北以景区免票报答帮助过自己、为自己拼过命的人,体现的是一种朴素而真诚的感恩。

于湖北而言,免门票是“涌泉之恩,滴水相报”的感恩之举;于市场而言,免门票则是激活旅游市场、激发消费潜能的重要举措。全国恢复跨省团队旅游以来,一度停摆的国内旅游业,进入全面恢复正常运营的新阶段,各地纷纷出台优惠政策。从山东81个国有景区集体降价,到内蒙古、贵州等地大幅度下调景区门票价格,景区减免门票,提升的是人气,带动的是周边酒店、餐饮、购物、特色演出、娱乐等全链条产业的发展。减免门票既是特殊时期的应景之举,也是旅游市场摆脱对“门票经济”的依赖,变得更加开放、更加成熟的一个契机。

随着全国疫情防控阻击战取

得重大战略成果,积压的旅游需求正在不断释放,国内旅游业有望加速步入复苏通道。看去年,据中国旅游研究院《2019年旅游市场基本情况》显示,2019年中国国内旅游人数达60.06亿人次,全年实现旅游总收入6.63万亿元,表明我国境内游市场基本面厚实。看今年,受疫情影响,大量出境游需求纷纷转向境内游。未来,中国旅游市场消费潜能巨大,大有可为。在疫情防控常态化背景下,旅游主管部门、景区、企业在合理引导消费者,协力做好各环节安全保障工作的同时,还需努力探索更科学、更人性化、更具吸引力的服务新模式,持续激发消费潜力,推动旅游业加快复苏。

面对纷至沓来的游客,各地景区也将迎来服务质量的大考。景区门票减免之后,服务好坏影响着当地旅游吸引力。为了提升旅游服务竞争力,有的地方面向社会聘请监督员,推动地方旅游服务质量提升;有的开展整治行动,全面解决旅游市场存在的问题;有的加强旅游从业人员技能培训,提高游客满意度……各地多措并举,景区人气渐旺,民宿重新开张,餐馆恢复往日烟火气。事实证明,大力提升旅游供给能力和服务质量,才能让游客游得安心顺心;加快培育新产品新业态,才能让游客遇见更精彩的风光,加速旅游业从传统的观光型转向综合度假型。

危和机总是共生并存的,克服了危即是机。抓住旅游业疫后复苏的契机,革除不适应疫后重振的发展思维和模式,创新体制机制,使之更加符合市场的需求、人民的期盼,旅游业必能在危机中育新机、于变局中开新局。

吃播何去何从 亟待重塑生态

■莫洁

近日,因假吃、催吐、铺张浪费而被点名的“大胃王”吃播,在多个直播平台已经难觅踪影。这几年火热的吃播,似乎到了一个何去何从的十字路口。

吃播,简单说来就是吃饭直播,最早始于韩国,几年前在商业资本的推动下在中国兴起。虽然从一开始就褒贬不一,但这并不妨碍它迅疾发展成为直播中不可小觑的一派。吃饭,原本属于个人行为,多少带着禁忌和隐私意味,吃播则直接将这一行为变为一种公开关注及讨论。除了主打“大胃王”的系列内容外,吃播其实还发展出了美食探店、美食烹饪等其他形式,只不过前者格外引人注目。

我们为什么爱看别人直播吃饭?不同的观众,各有各的理由。对于一部分人尤其是年轻女性观众来说,看着屏幕中的主播大快朵颐,吃下占据屏幕面积一半的食物,这种拟像产生的视觉愉悦可媲美真正进食的满足感。堪称现代版“画饼充饥”“望梅止渴”的吃播,满足了观众的代偿心理需求。更有趣的是,这还使其产生一种对抗现代社会审美尤其是身材标准规训的感觉,尽管这可能只是错觉或幻觉。

而对于众多“一人食”的独居者来说,在一天中几个饭点如约上线的吃播,则带有“陪你吃饭”的功能,以食物为媒介形成的饮食关联尽管虚拟而松散,但临时餐桌强烈的现场感及人际关系互动,多少能带来一些治愈或安慰。

不过,从“使用与满足”的功能角度来看,仅仅通过有益来解释中国本土吃播热是不够的。例如,那些贴着“重口味”“土味”标签的吃播,就很难和“治愈”“抚慰”等词语挂上钩。比如,几分钟之内吃掉以公斤计的超辣拉面,大口灌下可能混杂了辣椒面、酱油、生鸡蛋、酒精等多种物质的

液体等,在直播平台上并不鲜见。

对于这类吃播视频,厌恶者避之不及,喜爱者却欲罢不能。除了人类探索自身极限的本能外,有心理学家认为这与人类普遍存在的“良性自虐”心理有关:人们身处安全的环境中而经历一些危险或可怕的事情,实际上是一种享受。照此说来,隔着屏幕看吃播播主吃下恶心或超大量的食物,在某种程度上和观看恐怖片具有同样的效果,都会产生肾上腺素飙升的生理反应。这或许也可以解释,在一些吃播播主与粉丝的互动中,粉丝为何会“乐此不疲”打赏“投喂”,让“重口味”不断升级。而充满宽溺味道的名称所遮蔽的,恰是播主被商品化的事实。

吃播被认为是门槛最低的直播,似乎唯一的门槛就是“能吃”。现实中,也确实有不少普通人通过做吃播走出了一条不同寻常的“成功”路。随着剧场效应在吃播领域快速显现,为了吸引更多的关注和流量,直播中的播主必须吃得更多、更卖力,吃的东西更重口、更“别出心裁”。这一群体也不是不可以停下来,停止对身体的继续“惩罚”,但转型为美食攻略类吃播、合作推出联名品牌等,永远只属于极少数掌握大量资源和议价资本的头部播主。为了粉丝量不掉、利益链不断,一些主打“大胃王”“重口味”的吃播播主选择假吃、催吐。在这条由直播平台、MCN、播主构成的吃播产业链上,大量的底层播主不过是这座数字工厂中的一个工种。不过话说回来,自认为是消费者的观看者,又何尝不是其中的数字劳工呢?

社交媒体和直播平台作为新的“食物媒介”,已经完全植入了人们的生活圈。眼下,无论是作为直播经济概念下的吃播,还是作为亚文化意义上的吃播,都到了重塑生态、丰富内涵、改良内容的时候了。