

故宫元宵灯会:一点灯更有紫禁城的味道

“一点灯,故宫更有紫禁城的味道了”。月光如水,灯火阑珊,沉浸在故宫的夜晚当中,真会让人有穿越回古代的感觉。

今年正月十五和正月十六,故宫博物院建院94年来将首次举办“灯会”,免费对预约公众开放,届时观众可以漫步宫墙上观灯,听中央民族乐团现场演奏与畅音阁传来的戏曲声,赏投影在金色琉璃瓦上的《千里江山图卷》等绘画作品。与民间“闹花灯”不同,宫里既可看灯也可看殿。而且故宫的首次“灯会”,参观线路走的是“高规格”——很多环节,观众都可登城墙,俯瞰整座紫禁城。

无需过多介绍,元宵节能漫步故宫赏灯,这本身就是一幅立刻能让人浮现于脑海的浪漫画面。在“秒没”的抢票活动中成功夺得一张门票的人是幸运的。如同“一下雪,北京就

变成了北平”一样,“一点灯,故宫更有紫禁城的味道了”。月光如水,灯火阑珊,沉浸在故宫的夜晚当中,真会让人有穿越回古代的感觉。

众所周知,故宫这几年借助网络媒介与渠道的包装和营销,已经成功跻身网红景点。“故宫也需要营销”——故宫红月亮,故宫雪景,与故宫有关的图片时不时地刷屏,每年十多亿元的文创产品销售额,使得以往显得“高大上”的故宫,走近了更多人的视线,甚至成为许多网民的文化消费选择。这次故宫夜间开放,会使人们对故宫的文化亲近感更进一层。

对于北京市民与游客来说,94年才等来故宫第一次举办“灯会”,时间确实久了点。出于安全考虑,以及技术条件不允许,是一方面原因,观念的转变则是另一方面的原因。庆幸的是,到今天这两层“障碍”都得到了解除;以

LED灯作为主光源,解决了亮度问题但又不会造成“光线超标”,“点亮紫禁城”水到渠成;开放面积由30%增加到80%,年参观人次突破1700万大关,成为世界上参观人数最多的博物馆,故宫的服务意识换来了它的新地位。

在旅游旺季,参观人数过多,一票难求,成为故宫面对的一个“难题”,但管理方一直努力通过细节改造,来满足更多人想要亲近故宫的愿望。这次“紫禁城上元之夜”活动举办后,“晚间开放”会成为一种呼声,游客夜间可以参观故宫,除了能够缓解白天超大的客流量外,更可以让人们发现夜间的故宫之美与文化之魅。

在国外,不少博物馆已经实现了夜间开放的常态化,卢浮宫博物馆、大英博物馆、大都会艺术博物馆等,都会在固定的日期延长

开放时间或在夜晚开放。每年举办两次的“柏林博物馆之夜”,有众多博物馆与纪念馆从下午6点至次日凌晨2点面向公众开放。近年,中国的博物馆也纷纷在夜间时段开放,让观众感受“博物馆奇妙夜”,中国国家博物馆、南京博物院、吉林长春伪满皇宫博物院、浙江省博物馆等,都曾加入过这个队伍。

无论故宫以后能否夜间开放,这次举办的“灯会”活动,都引起了公众的广泛兴趣。北京以文化活动众多而知名,但故宫“灯会”不一样,它不仅对接了元宵赏灯这个古老的文化传统,把京城过年氛围烘托到一个高点,更是唤醒了公众对故宫文化想要深度了解的愿望。这无疑会有效促进人们与传统节日、传统文化的互动,让古老而优秀的文化,在现代生活中拥有更高的地位。(韩浩月)

马上评论

正品下乡,让“山寨”不再成为“乡愁”

前不久由最高人民检察院、公安部等部门和单位共同评选的“2018年十大消费侵权事件”,“农村里的山寨货”现象位列其中。近期,央视《消费主张》栏目在对一些农村集市进行走访发现,多款知名饼干品牌“奥利奥”很像的饼干——“粤力粤”“粤力奥”“澳利粤”公开销售,“吃香点”和“好吃点”、“溜溜梅”和“溜溜梅”、“多多鱼”和“好多鱼”等等商品,让人“傻傻地”分不清楚。

很多回老家过年的朋友也都有同感——山寨货横行已经成为一种“乡愁”,这里的“乡愁”不再是美好的哀愁,而是对于家乡前途和命运的忧愁。当各种假冒伪劣产品逐渐被城市“围剿”,乡村难道注定要成为受害者?

山寨货为什么能够在农村横行无忌、为非作歹?一方面,监管力量在农村下沉不够,导致农村打假有心无力、捉襟见肘。另一方面,这也跟农村消费者对品牌的辨识能力不强、维权意识薄弱有一定的关系。除了以上两点,还有一个容易被忽略的问题,那就是传统的市场渠道导致品牌效应的衰减。

品牌商品经由一级又一级的代理商,到达农村消费终端的时候,其高成本必然体现在价格上,进而影响乡村消费人群的购买力。而山寨商品则通过偷工减料等黑灰手段,以劣质低价的方式占领农村市场。品牌商品在农村市场上的缺位,在一定程度上导致了山寨货的横行。因而,治理农村“山寨”货问题,

除了加强市场监管、提高消费者维权意识等常规思路外,还必须实现“正品下乡”,让品牌商品以质优价廉的方式占领农村市场。

正品下乡,让优质的品牌商品通过精简的供应链,直接到达农村消费者手中,压低运营成本,创造让利空间。如此一来,农村消费者不但能够方便地买到正品,而且让正品保持相对低价。当质优价廉的正品在广大农村无远弗届的时候,也就是各种“山寨”货真正土崩瓦解的时候。这样的结果,符合品牌商、消费者和电商平台各方利益,是一种共赢之举,自然会有着持久的市场动力。

相信市场驱动的正品下乡活动,会让“山寨”不再成为我们的乡愁。(周东飞)

话题 铿锵

婚姻需要“远方”也要善待生活的“苟且”

2月15日,浙江省高级人民法院晒出了2018年浙江省的离婚纠纷司法大数据。2018年,浙江全省法院离婚纠纷案件共有近5万(49804)起,有34.21%的离婚纠纷因生活琐事而造成。

什么是生活琐事?网上的答案是:生活琐事是指发生在日常生活中说大不大、说小不小的事。比如,人们平常化妆、洗澡、家务等这些必不可少的事,都属于生活琐事的范畴。这样的生活琐事竟然“杀死”了婚姻、爱情。

我们说,婚姻由爱情决定,是婚姻的最美好、最神圣的基础,是婚姻中的“理想”状态;而生活琐事是婚姻的现实,是婚姻的具体表

征。“理想很丰满,现实却很骨感”,这就是婚姻中爱情和生活的关系。记得高晓松说了“生活不只是眼前的苟且,还有诗和远方”。有的人只有生活的苟且,没有“诗和远方”,我以为,一个只有生活的苟且却不懂“诗和远方”的人也可以庸俗地活着;但反过来,一个只知道“诗和远方”的人,如果离开当下的生活,却连活着也是问题。因此,那些只想着“诗和远方”的人,首先还是要过好当下的生活,哪怕生活是苟且的。这就要处理好自己的生活琐事,然后才可能奔向远方。

婚姻也是这样。我们在追求婚姻时把爱情放在第一位,这是一种理想的状态。但接着

就应该面向实际,处理好生活琐事,包括那些油盐酱醋的问题,这里可能少的是浪漫,多的是麻烦、庸俗、琐碎,但这也是生活,也是爱情,更是婚姻的内容。

生活的苟且不是耻辱,也不是可以回避和拒绝的。在婚姻上,生活的苟且就是对于对方的包容和妥协。在生活的琐事方面,其实并没有太多的真理和原则,需要的是讲情,而不是讲理。对于常人来说,“苟且”是现实中的自己;“诗和远方”是理想中的自己。对于婚姻来说,爱情是理想中的婚姻,而生活琐事才是现实的婚姻。(常青村)

整治保健市场乱象 应健全长效监管机制

据国家市场监督管理总局网站消息,13部门联合整治保健市场乱象“百日行动”取得阶段性进展。截至1月30日,共为消费者挽回经济损失2321.8万元;全国共立案1298件,案值21.8亿元,结案287件,罚没款5666.6万元。上个月初,国家市场监督管理总局等13个部门决定,自2019年1月8日起,在全国范围内集中开展为期100天的联合整治保健市场乱象“百日行动”。在不到一个月的时间内,治理行动就能够有如此斩获,足以看出联合整治的成效。当然,这也直接证明,保健市场的积弊的确不少。

事实上,保健品市场中的种种乱象,从消

费者反馈,到媒体报道,已有不少年头。去年底引爆的“权健事件”,只是引发此轮联合整治的一个导火索而已。当然,突击整治色彩明显的“百日行动”,更多还只是对保健品市场乱象的存量清理。从长远角度看,要实现真正实现保健品市场的“风清气正”,还需要从长计议,多在机制、制度方面发力,建立一个有执行力保障的有效监管系统。

遏制保健品市场乱象的衍生,除了监管部门的管理触角前移、监管力度升格,也要以实际举措赋予消费者切实的维权能力。去年年底,全国市场监管工作会议透露,将建立巨额赔偿制度,在涉及群众生命健康的领域,加

大对消费者的直接赔偿力度。

中国的保健品市场经历了一个快速的野蛮发展阶段,“刮骨疗毒”是迟早的事。就所暴露的问题来看,“百日行动”只是揭幕战,在目前的阶段性成效基础上,监管部门还应该乘胜出击。人们期待,这样的雷霆整治行动能够为长效治理扫清障碍,真正让保健品市场彻底撕下“忽悠”“传销”的标签,回到它该有的样子。对此,相关部门也早就表态:要强化企业的主体责任,不搞运动式执法,要建立健全长效监管机制。因此,希望重拳出击之后,保健品市场能够真正实现善治。(朱昌俊)

一家之言

“怼”是宣泄 治理才是根本



总有一些话语让人觉得解气、痛快。譬如陕西西安电视问政节目主持人怒怼西安市高陵区交通局局长,这两天在网上就很热闹。

“3年了,这些问题还用现在再重新调研?为什么有这么多‘黑车’、为什么有人坐‘黑车’?您应该早就心知肚明了刘局长,您不知道吗?”“为什么管不好这么一个具体的问题?是不会管、不想管,还是不敢管?是能力不足、态度不端正,还是有畏难情绪?”

尽管主持人的话都采用了问句的形式,但明眼人一望便知,这哪里是在虚心求教?答案分明就在问话里边。从常情常理看,担任交通局局长已3年,怎么可能不知道高陵区“黑车”泛滥的事实及原因呢?何况,高陵区交通运输局就在高陵客运站斜对面。何况,当地也一直在“整治”。现在的问题,其实并不在于局长知不知情,而在于局长有没有勇气、想法与办法,来管好这件事情。

一地交通秩序出现问题,表面上好像是一种失序,“黑车”“摩的”横行,让人头疼,但其内里,肯定会有另外一种力量在撕扯。此类力量才是真正主导当地交通秩序的力量源头。比如说,是不是存在另外的经营主体,试图冲击当下的交通运营秩序?是不是存在监管漏洞,纵容了这种失序?

当然,还有一种可能,则要从整个城市公共交通资源的配置上找原因。公共交通不畅,自然会有“黑车”来填补空白,这也是市场的自动补位。城市发展太快,有时顾不上百姓的通达需求,而民众的生活则需要抵达每一根毛细血管。

所有这些问题,“管”起来确实很难。所谓“不会管”“不想管”“不敢管”,三件事其实归结起来就是一件事,那就是治理能力如何跟上发展速度、解决民众需要的问题。

小而言之,像以往那样一群运营人员去围堵“黑车”“摩的”,肯定是驱散了事,也就一阵风的事情。大而言之,如果一个城市,不从提供相对充裕的公共交通资源入手不断挤压“黑车”存在的土壤与空间,那么“黑车”就不可能禁绝。而在这个过程中,鉴于公共交通的全面覆盖需要时间和过程,则不妨转变思路,通过制度和规则,规范“黑车”“摩的”,扩展公共交通服务提供者。

实际上,这些问题考验的都是城市管理者的智慧与能力、责任与担当。只是推一推、动一动,怼一怼,急一急,恐怕还不够。解决“黑车”问题,除了这些,还要靠现代化的治理。(胡印斌)