我市春节文化旅游市场亮点多

本报讯（记者 姚 肖）春节期间，我市组织开展了丰富多彩、群众参与性强的文化旅游活动，开发了形式多样的文化旅游产品，营造了喜庆祥和的节日氛围。据统计，全市景区共接待游客117.09万人次，同比增长10.3%；旅游综合收入2408.35万元，同比增长11.46%。市、县两级文化馆、图书馆、博物馆接待游客7.18万人次，同比增长30.5%，实现了“安全、秩序、质量、效益”四统一的工作目标。

新春文化旅游活动好戏连台。举办新春音乐会，组织开展“红色轻骑兵”下基层、国学经典诵读、文艺会演、春联义写、戏曲展演、主题晚会、书画展览、灯谜竞猜、非遗展示、乡村春晚等2019年“春满中原·幸福漯河”春节系列文化旅游活动87项430余场。在许慎文化园开展“字游字在过大年”主题活动；在开源景区开展“中原大庙会·民俗齐荟萃”系列民俗活动，举办2019中原河上街彩灯节；在南街村景区举办大型灯展、舞龙舞狮、戏曲表演等活动；在沙澧春天生态园举行了新春文化庙会。

文化旅游线路火爆。春节期间，开源景区的古镇体验游、沙澧春天生态园的农事采摘游、沙澧河景区沿线的城市休闲游、幸福乡村游等线路持续火爆，吸引了来自湖北、山东、安徽、山西等省份及漯河周边地市的游客来漯旅游，带动我市文化旅游消费再创新高。

假日应急处置保障到位。召开假日值班专题工作会，制订值班计划，明确带班领导和值班人员，确保全天候值守。严格落实值班制度，保持值班电话和旅游投诉电话24小时畅通。对全市网吧、KTV、旅游景区、星级酒店等文化旅游场所开展安全生产大检查，督促场所负责人提高认识，加强管理，做好防范，消除隐患。制订下发《关于做好春节和“两会”期间安全生产工作的通知》，明确任务，夯实责任。通过《河南日报》、漯河旅游网站、漯河旅游官方微信等渠道，向社会及时发布旅游信息、文明旅游提示等，为群众文明旅游、安全出行提供实时动态信息保障。

开展“党的创新理论万场宣讲进基层”活动81场

团市委获2018年度全省先进集体

近日，省委宣传部下发《关于表扬2018年度“党的创新理论万场宣讲进基层”活动先进集体、先进个人和优秀宣讲报告的通报》，对开展“党的创新理论万场宣讲进基层”活动中涌现出的先进集体、先进个人进行表彰，全省共有20个先进集体获此荣誉，共青团漯河市委名列其中。

共青团漯河市委高度重视“党的创新理论万场宣讲进基层”活动，于2018年5月下发了《关于开展漯河共青团“党的创新理论万场宣讲进基层”深入实施“青年大学习”行动的方案》，邀请理论专家学者、“五四青年奖章”得主、向上向善好青年、青年道德模范、青年劳动模范、青年致富带头人、青年创业典型、团干部组成4支共37人的市级理论宣讲团队伍。他们面向市直单位青年，开展“四进四信”宣讲；面向青年知识分子，开展“与信仰对话”宣讲；面向大中专院校学生，开展“学习新思想千万师生同上一堂课”宣讲；面向中学生，开展“中华优秀传统文化的内涵与社会主义核心价值观的联系”宣讲；面向工人、农民等职业青年，开展“建功新时代 展现新作为”宣讲；通过微博、微信公众号平台等新媒体开展“青年大学习”活动，累计开展28期；创新性开展“红色文艺轻骑兵”宣讲，进农村、进企业、进社区，把党的创新理论以文艺节目的形式，变成青年爱听、爱看的生动活泼的“家常话”“演出剧”。截至目前，全市共青团组织共开展党的创新理论宣讲活动81场，参与团员青年达67000余人次。

刘承韶

市公路局“双争”先进个人

邓亚萍：勇挑“创文”重担

本报讯（记者 刘 丹）法治建设、诚信教育、文明交通宣传、社区志愿服务、网络文明传播等各项活动井然有序，已成常态；干部职工讲文明、树新风、传播正能量的氛围逐渐浓厚……2018年，市公路管理局审计科科长邓亚萍勇挑创建办主任重担，全力开展精神文明建设，推动行业文明素养显著提升。

责任在肩，就要不辱使命。创建办成立伊始，面对陌生的领域，邓亚萍迎难而上，深入开展座谈、调研，理清思路，捋顺流程，明确职责，研究制订文明单位创建规划与方案，为各项工作顺利开展奠定坚实基础。

“每周一个小活动，每月一场大活动”，是邓亚萍为实现“真创、实创、真提升”立下的军令状。去年4月，通过文明单位创建专题道德讲堂，向干部职工讲授文明单位创建的重要意义；5月举办了以“低碳、绿色、健康”为主题的职工运动会，展现了干部职工健康、积极的精神风貌；6月开展了“我们的节日——过端午、敬先贤、承传统”主题活动，在满楼粽香中传承经典文化；7月举办了道德模范宣讲会，邀请道德模范分享精彩人生，引领干部职工提升道德修养；8月举办了“书香夏日 悦读人生”经典诵读交流活动，让干部职工文化底蕴更加丰富；9月开展了“最美公路人”事迹宣讲活动，将学习身边典型活动推向高潮；10月举行了重阳节座谈会，老干部生动的讲演让干部职工心灵和思想得到了涤荡和升华。

在“创文”工作中，邓亚萍把各项工作做到了极致、做出了成效，展示了公路行业新形象，为公路事业高质量发展做出了自己的贡献。

苗劲松：用担当续写忠诚

本报讯（记者 刘 丹）退役二十多年来，苗劲松始终保留着军人身上那种忠诚、坚韧、吃苦耐劳的品质。在新时代“最美公路人”精神引领下，作为市公路管理局行政办公室主任的他，积极发挥服务保障、督查督办、沟通协调等职能，在平凡的岗位上做出了突出成绩。

善于抓重点、打七寸。去年，苗劲松负责机关办公环境整治修缮项目。实施过程中，大到整修风格的确定，小到一个螺丝钉的规格，他都事无巨细，盯紧盯死。特别是办公楼整修的同时，各科室依然要按部就班地工作，如何做到两不相扰，是个大难题。苗劲松如同一个战场指挥官，在沙盘上沉着指挥，一丝不乱，最终在基本不影响工作的情况下，顺利完成了整个办公楼的整修。

善于打硬仗、打攻坚战。去年8月，我市启动干线公路服务设施大建设，他主动挑担、积极行动，科学制订各个停车区建设方案，研究制订停车区运营与保洁管理制度，每天驱车近200公里，督导进度、协调难题，确保了建设标准化、管理精细化。他用不懈的努力，实现了“十一”前八个停车区建成并投入使用的目标，开创了各个停车区规范运营、社会各界满意的局面。

去年10月，他高标准筹备了全省服务设施现场观摩暨工作推进会，从观摩会到推进会，从服务区展示到讲解，组织得当、忙而不乱，参会领导和全省同行给予了高度认可。

担当需要忠诚，更需要能力。苗劲松用担当塑造了新时代党员干部的新形象，为公路事业积极贡献着自己的力量。

春节假期刚过，由临颍县台陈镇安庄村返乡农民工于海杰创办的海宏制衣公司便开工生产。近年来，该公司积极响应党的号召，以实际行动助力脱贫攻坚，吸纳全镇23名建档立卡贫困群众就业。
本报记者 胡鸿丽 摄

春节假期“12315”受理咨询投诉举报89件

本报讯（记者 张晨阳 通讯员 崔丽君）2月11日，记者从市市场监督管理局获悉，春节假期，“12315”热线电话受理消费者咨询、投诉、举报共计89件，其中咨询69件、投诉16件、举报4件。所有投诉举报均在规定时间内及时进行分流，辖区分局正按规定积极调查处理。未接到涉及重大安全事故、群体性投诉举报。

据了解，与去年同期相比，消费者服务类投诉量有所增加，共有11件，占投诉总量的73%，分别为居民服务类4件、宾馆住宿类3件、餐饮服务2类件、销售服务类2件。主要涉及虚假宣传、价格虚高和霸王条款等问题；商品质量类投诉5件，其中家用电子电器类3件、服装鞋帽类2件，主要涉及商品质量问题。共受理举报4件，其中举报无照经营案件3件，强制消费者消费案件1件。涉嫌违法行为主要集中在旅馆住宿、KTV消费等方面。咨询受理量为69件，与去年持平，咨询内容主要涉及商品质量、服务质量、售后服务以及其他行政部门相关业务等方面。

市人社局

盯紧抓实各项工作 确保首季“开门红”

2月11日，春节后上班第一天，市人社局组织召开全局科级以上干部会议，对节后工作进行安排。会议指出，春节假期已经结束，要迅速“收心”，深入贯彻落实市委七届九次全会精神，全面推进各项工作，确保第一季度完成全年工作目标的30%以上，实现首季工作“开门红”，为全年工作奠定良好基础。

坚持把稳就业摆在更加突出的位置，实施就业优先战略和积极的就业政策，抓住春节期间农民工群体集中返乡过节的有利时机，开展“五个一”专项服务促进农民工返乡创业，确保一季度全市城镇新增就业1.2万人以上。积极组织开展“春风行动”系列招聘活动，最大限度畅通就业信息。会同市住建局等13个部门认真开展一季度农民工工资支付专项检查，畅通举报投诉电话，实行联合接访，确保农民工工资按时足额发放。积极开展春节走访慰问活动，做好排查摸底工作，及时将350万元困难企业职工解困金发放到位。紧盯脱贫攻坚工作，补齐短板，查漏补缺，确保各项目标任务圆满完成。

李学甫 吴思光 张 鹏

2月11日上午，黑龙潭镇老应村举办干群拔河比赛。100名村民被分成10个小组进行比赛，决出了前三名。
本报记者 张晓甫 摄

黑龙潭镇

加强乡土人才联络回归工作

近日，市城乡一体化示范区黑龙潭镇立足乡村振兴和本区实际，创新形式开展乡土人才联络和回归宣传。

开展“千名党员齐动员、乡土人才把家还”活动，制作了一千份邀请函，要求全镇一千名党员每人邀请一名乡土人才回家过年，宣传并推介黑龙潭镇。

由该镇文艺宣传队自编自演52句快板书，到各村乡土人才座谈会上宣传，动员乡土人才回归。

制作了40秒宣传片，为全体党员和镇、村干部开通了手机视频彩铃，在外人士拨打家乡电话即可看到宣传视频。

联合移动公司，为该镇春节期间返乡的乡土人才每人每月赠送100分钟通话时长，共6个月。

田素莉

变化中彰显中国发展活力

——透视过年方式之变

春节，是阖家团圆的日子，也是充满仪式感的节日。如今，人们过年的方式在回归传统中不断与时俱进，变得越来越多元。而过年方式的点滴变化，折射的是经济社会发展的轨迹和变迁。

团聚方式变了——催生“反向春运”潮

大年初六，在广州工作的刘伶开车把准备飞回老家的父母和哥嫂送到了广州白云机场。这是他们一家人第二次在广州过春节。

刘伶老家在四川眉山，因为回家的票不好买，去年开始，她让父母和哥嫂到广州过年。“春节在哪儿过都一样，一家人能团聚最重要。”刘伶说。

春运号称“世界最大规模的人类迁徙”，以往人们都像“候鸟”一样流动：节前从沿海到内地、从城市回乡村，节后再返程。如今，团圆理念没有变，人们的团聚方式变了，让“单向潮汐”呈现出“反向春运”的趋势。

根据中国铁路总公司和携程旅行网各自的大数据显示，今年春运传统高峰路线反向客流增加9%左右，且多以探亲为主。上海、北京、广州、深圳、杭州等成为“反向春运”热门目的地，除夕前一周前往这些城市的机票预订量同比增长超40%。

“除能节省开支，反向春运让许多人可以拿出更多时间陪伴家人，感受不一样的春节。”携程集团机票事业部负责人邵季红透露，“在反向春运和旅游过年热潮的带动下，北京、上海、广州等‘空城’的‘人气’有很大程度回升。”

据交通运输部统计，春节7天假期，铁路运输旅客6000万人次，再创新高；民航运输旅客约1300万人次，比去年同期有了较大幅度增长。

生活需求多了——带动“洋年货”走俏

寻找年味，从置办年货开始。

北美蔓越莓、缅甸牛油果、新西兰银鳕鱼、美国波士顿龙虾……来自青岛的张女士家里，冰箱中的“洋年货”占了一半以上。

“现在‘洋年货’品种多，价格亲民，买起来也方便，家人都希望在春节期间尝尝鲜。”张女士说。

今年春节，不少人的年货清单上，“洋年货”开始走俏。一些电商平台销售数据显示，阿拉斯加帝王蟹、法国蓝龙虾、智利车厘子、澳洲鲜奶等都成为百姓新年餐桌的新选择。

从20世纪八九十年代的“三斤馃子一斤糖”到如今的“海鲜坚果大礼包”，年货清单的变迁正是人们消费从吃饱到吃好、从注重价格到注重品质的生动写照。

“京东到家”日前发布《2019年中国年货消费报告》显示，品质取代价格成为年货消费首选因素，国民日常消费呈现出更注重“悦己”体验的升级特征。

春节期间，网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费亮点纷呈。据商务部监测，除夕至正月初六（2月4日至10日），全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元，比去年春节黄金周增长8.5%。

节前，顺丰速运、菜鸟物流等均承诺春节期间服务不断档。菜鸟进口物流数据显示，广州、深圳、杭州、宁波等口岸春节期间仍在繁忙工作，以更好满足国内外消费者需求。

“洋年货的热销反映了人们消费水平的提升和消费需求的多元。”中国贸促会研究院国家贸易研究部主任赵萍说，我国商品型消费将持续从低端向高端升级，创新型消费和品质消费将迎来新一轮增长。

传统年味浓了——“博物馆里过大年”受热捧

一道道宫门张贴着喜庆的年画和春联，乾清宫前丹陛上下立着“天灯”和“万寿灯”，廊庑悬挂着的华美宫灯轻轻摇曳……大年初五上午，徐东蕾带着家人一走进紫禁城大门，便感受到浓浓的年味儿。

“春节期间买买年货，逛逛故宫，孩子在耳濡目染间了解传统文化，这样的过年方式既传统又新颖。”在北京工作近二十年的徐东蕾第一次参观故宫，贴年画、拜财神等实景展现的年俗让他感到惊喜。

为让传统节庆文化鲜活起来，故宫博物院自1月上旬起举办“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览，罕见地展出了885件（套）文物。故宫春节长假7天的门票，在长假开始前便被预订一空。商务部2月10日发布的数据显示，“紫禁城里过大年”活动，节日期间共接待游客近50万人次。

传统年俗曾一度成为“儿时记忆”，如今强势回归，“博物馆里过大年”受到了游客和市民的欢迎。据中国旅游研究院调查，春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别达40.5%、44.2%、40.6%和18.4%。

“传统节日的形成过程，是一个民族或国家历史文化长期积淀凝聚的过程，这种传统年俗的吸引力来自我们内心深处对过年仪式的认同感。”故宫博物院院长单霁翔说。

文化休闲热了——观影、旅游迎来“最强档”

猪年大年初一当天，8部电影集体上映，当日票房超14亿元，创国内单日票房新高。如今，过年看电影，已成为很多人春节的“必选项目”。

“科幻”成为今年春节电影档主题词。据国家电影资金办初步统计，科幻大片《流浪地球》上映5天票房突破15.9亿元，成为领跑春节档的“黑马”。而充满科幻元素的喜剧电影《疯狂的外星人》紧随其后，票房近13亿元。

近年来，“过春节看电影”已成为各地的一项新年俗，很多影城春节期间日均上座率增长十分明显。来自国家电影资金办的数据显示，春节假期，全国有超过1.1亿人次到电影院观影。商务部2月10日发布的数据显示，春节期间，全国电影票房超过50亿元。

中国文联电影艺术中心主任饶曙光说，今年春节档影片类型丰富，品质、口碑都不错，满足了观众多样化、差异化观影需求。

“小镇青年”不再是过去的K歌、打牌、放鞭炮“老三样”，各地文旅活动丰富多彩，除了看电影，村民还当上了“村晚”导演，左邻右舍成为舞台主角。

旅游也成为“新民俗”。家庭游、敬老游、亲子游、文化休闲游等成为节日期间主流的旅游休闲方式。经中国旅游研究院综合测算，全国旅游接待总人数4.15亿人次，同比增长7.6%；实现旅游收入5139亿元，同比增长8.2%。

观影也好，旅游也好，都是消费升级的体现。2018年全国居民恩格尔系数28.4%，比上年下降0.9个百分点，说明居民消费中非实物支出在上升，印证了消费升级的趋势。

“春节休闲方式的变化恰似一面镜子，折射出人们消费水平和理念的变化，文化旅游消费之热说明了服务消费发展潜力巨大，加快供给侧结构性改革方能更好满足消费升级需求。”商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任陈丽芬说。 据新华社