

2022年1月18日
星期二
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/刘洁

市场星报

出版单位 市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 合肥安博印务有限公司
地址 合肥市新站区物流路以南
板桥河以东
电话 0551-64278186

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



官方微博

让新春走基层“走出”新风采

刘天放

近日,中宣部发出通知,要求各地各新闻单位要把“新春走基层”活动作为迎接党的二十大主题宣传的重要开篇,组织广大编辑记者不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,深入基层一线、深入群众生产生活,充分报道各地经济社会发展成就,全面展示祖国各地欣欣向荣、人民群众安居乐业的美好景象,为迎接党的二十大胜利召开营造良好舆论氛围。

众所周知,新春走基层活动已经开展多年,春节期间组织编辑记者深入基层采访,是新闻宣传战线的优良传统,是贯彻落实

“三贴近”要求的生动实践。把镜头对准基层,聚焦大众,讲述精彩的“中国故事”,传递温暖,这对加强新闻队伍建设具有重要意义,既是年度的一次“规定动作”,也是新闻战线的重要品牌,备受群众的关注和喜爱。

新闻报道要“接地气”,新春走基层也是如此。一定要从转变观念、转换视角、转变身份、转变文风上,使新闻作品与基层群众“接”起来。事实证明,新春走基层活动,“接地气”才能出精品,也证明了基层才是报道的源头活水。只有真正“接地气”,才能让活动更显实效,达到预期效果。

这是一个不断变化的时代,也是一

个不断创新的时代,对于新闻战线来说,更是一个传播手段不断花样翻新的时代,因此,如何在活动中把握时代的脉搏,按照中宣部的要求,让基层群众及时听到“中国好声音”,如何使新闻具有足够的吸引力,由此与广大群众进行良好互动,让他们有更多幸福感和获得感,就是一道必答题。

新时代不断见证了中国新发展,也记录了基层一线的喜人变化,而这些都是新春走基层活动的“新亮点”,而在行走过程中,也总会发现一些独特的“新亮点”。只要媒体人俯下身来,深入基层群众中,就一定能在新春走基层活动中“走出”新风采,为新春添光彩。

热点冷评

千元啤酒,能走多远

钱凤伟

售价千元的啤酒来了。日前,青岛啤酒推出了最新高端产品“一世传奇”,在电商平台上显示售价为2698元/1.5L×2瓶,单瓶价格直逼茅台,成为继华润啤酒推出的超高端系列啤酒“醴”之后的又一款“茅”酒,高端啤酒的内卷之战由此逐步拉开。(1月17日《羊城晚报》)

500元一瓶的“醴”横空出世时,有网友评论称:“泡沫太大了,喝不起。”“我不配买醉。”确实,在“醴”推出之前,消费者对于雪花啤酒的固有认知就是便宜,性价比高。超市里,随便一听330ml的雪花啤酒售价也就在2块多的水平,整箱装都不会超过70元。却不料,500元一瓶还只是开了个头,仅仅时隔半年就突破千元,真让人目瞪口呆。

当然,据称随着年轻消费者的消费观念转变,人们逐渐从“多喝酒”转变为“喝好酒”,中高档啤酒不断对低档啤酒市场进行渗透。而且,以为一瓶啤酒500元抑或1000元“泡沫太大了”,恐怕还被认为有孤陋寡闻之嫌,比如世界上最贵的啤酒“历史的终

结”,市场价值大概是6000元一瓶。由于产量非常稀少,全球只有12瓶,采用蒸馏技术制作而成,有钱也不一定买得到。

但显然,这与期望“对低档啤酒市场进行渗透”的“茅”酒们没有可比性。比如,如此高端啤酒到底有多少人“喝不起”?据称经济型啤酒的销量占比虽然目前仍然过半,但已经出现下滑趋势。然而,消费者即使从“多喝酒”转变为“喝好酒”,但一般年轻人,一个月工资又能饮几瓶?

业内人士认为,“中国啤酒高端化拐点已至”,但当“中国的啤酒商不再满足于做低毛利的快销啤酒,纷纷向高端啤酒做出尝试”人们更怀念的其实还是那“吃得起”



“泡沫”太大 王恒/漫画

的、接地气的价格。而再高档的啤酒也终究是啤酒,高端啤酒固然高毛利,但当薄利多销于啤酒这种大众饮品远没有过时,千元啤酒,又能走多远?

时事乱炖

春运大幕开启,返乡防疫需“问题共答”

孔德淇

1月17日,为期40天的2022年春运大幕正式开启。据初步预测,2022年全国春运客运量较2021年将有大幅度增长,预计增长1倍以上,甚至超过2020年。(1月17日 新华社)

作为疫情防控常态化下的第二个春运,当前我国面临德尔塔和奥密克戎毒株输入疫情的双重挑战。春运期间人员流动和聚集大幅增加,将加大疫情传播的风险。在确保运力充足的同时,如何坚决贯彻“外防输入、内防反弹”总策略,分类精准落实各项防疫措施,最大限度降低疫情在春运期间的传播风险,也考验着相关部门的决策智慧与行动能力。

就目前来看,交通运输部门坚持在疫情防控常态化条件下谋划春运举措,加强交通运输场站和运输工具疫情防控,从严从紧落实乘车全流程疫情防控要求,全力满足了旅客出行和疫情防控的双重需要。

春运关系千家万户,涉及方方面面,疫情防控还需“协同思维”。交通运输、人社、教育、文旅等部门亟待加强沟通协作,

做好重点客流的行前引导,积极引导务工人员错峰返乡返岗、高校学生错峰放假开学、旅游景区限量预约错峰接待。对于务工人员、高校学生等重点群体,有集中运输需求且具备条件的,也应组织开行包车、专列、包机等“点对点”运输,引导有序出行。

春运防疫不宜内紧外松,不能只让有关部门、人员绷紧“安全弦”,也要让民众多些风险防控意识。广大旅客务必合理安排行程,自觉不到中高风险地区及所在县(区市),非必要不前往中高风险地区,出行前建议查看全国中高风险地区以及各地最新防疫政策,这也是最大限度减少人员流动强度和大范围聚集的现实保障。

不一样的春运,既是做好运力保障的特殊时刻,也是全国同心抗疫的共同时刻,体现民众防疫自觉和担当的高光时刻。共同答好返乡防疫题,即能让所有人都过上一个安心、安全年,一样感受到新年里的温润与温暖。

微声音

越亲近的人,越需要你的尊重和耐心

和家人相处,总把习以为常,当作理所应当。你是否也忽略了,有时候,最亲近的爱,也需要表达。多一点关心的事,多一句暖心的话。一通电话,一个拥抱,有时就能让你温暖而幸福。愿你珍惜身后的他们,坚定、自信,全力以赴。 @人民日报

非常道

你的时间花在哪儿,人生的花就开在哪儿

时间从不偏袒任何人,它给每个人的一天都是24小时。一样的时间,拉开人与人之间差距的,是对待时间的态度。你浪费时间,时间会忽略你;你重视时间,时间就会正视你。时间是这世上最公平的东西,也是唯一消耗不起的东西,你怎么花时间,就过怎样的人生。 @人民日报