

拿什么守护传统村落

◀◀◀ 详见4版

春节,他们坚守岗位守护一方平安

◀◀◀ 详见2版

国内邮发代号 63-61
国内统一连续出版物号 CN 53-0047
云南日报报业集团主管主办



2021年2月19日 星期五
农历辛丑年一月初八

民族时报社出版

总第2356期 每周一、三、五出版 今日4版

春节消费“牛”劲十足

春节是观察中国经济活力的重要窗口。面对疫情防控和就地过年的新情况,春节消费市场呈现许多新特点,非接触、少聚集“安全消费”成为共识,预约制、错峰式休闲度假广受推崇,居家购物、网上过节、近郊游玩等多元化、升级型消费需求集中释放,为新的一年消费市场加速回暖提供了坚实信心。

据悉,2021年2月11日至17日,全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元,比去年春节黄金周增长28.7%,比2019年春节黄金周增长4.9%。同时,相关数据显示,在就地过年的倡议下,牛年春节期間,一二线城市打车活跃度明显增长、全国电影票房再次刷新春节档全国电影票房纪录、银联网络交易创历年新高……

全国消费市场呈现新变化

2021年春节黄金周,面对疫情防控和就地过年的新形势新情况,全国消费市场呈现出许多新特点新变化——

商品消费备受青睐。春节期间,商务部重点监测零售企业的珠宝首饰、服装、通讯器材、家电数码比去年同期分别增长160.8%、107.1%、39.0%和29.9%,部分电商平台健身器材销售同比增长49%。大型支付机构监测零售商户销售额同比增长76.5%。据有关机构监测,全国10个一二线城市购物中心日均客流量同比增幅超200%。

新型消费表现亮眼。疫情防控带动安全、智能消费迅速壮大,无接触交易服务加快发展,网购年货、数字红包等消费方式成为今年春节新潮流。

餐饮消费红红火火。春节期间,大型支付机构监测餐饮商户销售额同比增长约1.3倍,部分外卖平台线上餐饮消费额增长2倍以上。一些老字号餐饮企业也加快上线上云,北京部分餐馆外卖销售额增长1倍以上。

就近休闲广受欢迎。就地过年带火本地游、周边游、短途自驾游,各地公园、景区、博物馆、电影院等休闲娱乐场所客流量明显增长,城市郊区度假酒店、民宿等预订火爆。有关数据显示,春节期间北京延庆、密云、怀柔等郊区住宿消费

额同比增长3倍以上,上海崇明、青浦、嘉定等郊区住宿消费额增长2倍以上。

生活必需品量足价稳。据商务部对全国36个大中城市重点零售企业和百家大型农副产品批发市场监测,2月17日粮食零售、批发价格比节前(2月10日)分别下降0.1%和0.4%;猪肉零售、批发价格分别上涨0.4%和下降1.5%。

就地过年让烟火气更浓

就地过年,年味不减。高德打车数据显示,春节期间(2月12日-2月15日),一二线城市打车活跃度较去年同期增长6倍。

数据显示,通过高德预订酒店的订单中,本地酒店订单同比增长37.3%,一二线城市景点、商场等相关地点的日均搜索量同比增长391%。

有序的防控,热闹的车流,让牛年春节的一二线城市烟火气更浓。数据显示,春节期间,通过高德导航至餐厅、小吃等场所并团购消费的订单,环比平时增长82.5%;通过高德购买电影票的出票量较平日增长约20倍。在休闲娱乐活动的消费中,洗浴汗蒸、足疗按摩、KTV等场所拥有较高人气。而通过高德地图搜索电站的人数同比增长315%,新能源汽车的发展让出行更加绿色。

高德地图大数据显示:2月10日-2月11日(腊月二十九至除夕),前往国内机场和火车站的出行热度



同比下降近四成。而2月12日-2月15日(正月初一至初四),出行人数虽同比增长162%,人均导航里程却同比降低三成,说明更多人选择了短途出行。

2月11日到2月15日,全国驾车跨城出行用户占比的均值较2019年、2020年同期下降明显,由2019年的29%、2020年的31%下降至20%,八成用户将活动范围控制在了本地范围内。

春节档电影票房增长32.47%

据国家电影局发布数据显示,2月11日除夕至17日正月初六,全国电影票房达78.22亿元,继2019年59.05亿元后,再次刷新春节档全国电影票房纪录,增长32.47%,同时创造了全球单一市场单日票房、全球单一市场周末票房等多项世界纪录。

权威数据显示,今年春节档观影总人次为1.6亿,比2019年春节档1.32亿增长21%。截至2月17日,全年总票房为115.88亿元,观影总人次为2.62亿,国产影片票房为112.26亿元。

中国电影艺术研究中心开展的中国电影观众满意度调查显示,《你

好,李焕英》《唐人街探案3》《人潮汹涌》位列2021年春节档观众满意度得分前三名。

中国电影艺术研究中心主任孙向辉说,这些影片的优良品质与观众的积极分享一起造就了档期热络的观影氛围,并使得市场在疫情防控、上座率控制等变量之下依旧实现了观影人次及上座率的明显提升,更激发了电影工作者创作、供给优秀作品回馈广大观众的责任感。

银联网络交易额达1.18万亿元

据中国银联介绍,除夕至初五,银联网络交易金额为1.18万亿元,较2020年同期增长3.9%,创历年新高。

与节日消费密切相关行业的交易金额同比增长较快。具体来看,日用百货、大型家电方面,上海、浙江等地的消费金额同比增速居全国前列;宾馆住宿方面,西藏、青海和新疆等地的消费金额同比增长五成以上;餐饮方面,浙江、黑龙江和青海等地的消费金额同比增长较快。

为满足就地过年人群消费需求,银联联合商业银行推出新春消费惠民活动,为消费者提供了折扣、满减等多种优惠。

(综合)

承传统而望世界 继前人而兴后代

《诗人的存在就是为了表达爱》引共鸣

民族时报实习记者 王力立

2021年2月3日,本报刊发了对白族诗人晓雪(杨文瀚)的专访《诗人的存在就是为了表达爱》。文章报道了诗人晓雪幼时的诗歌启蒙,可以说晓雪的诗歌寻梦之旅实际就是一场对“自身存在于爱”的自我追寻之路。在晓雪看来,诗人的存在意义在于表达对人世间的爱,而生活永远是诗歌生动感人的不竭源泉,诗人们要存于生活、深爱生活、找回生活。报道在社会各界引起了强烈的反响,专家学者们也纷纷表示了自己对报道中诗人晓雪观点的支持和意见。

植于生活 存于民族 望于世界

晓雪作为一个立足于少数民族文化的少数民族诗人,将自我存于少数民族民间文化的大地上,抒写自己的民族、自己的故乡和自我的肺腑之感。晓雪认为,作为一个少数民族作家,要同时具有“民族魂魄、人类情怀和世界的眼光”,要根植于“自己民族的生活土壤和民族文化”。

对此,云南大学文学院民间文学教研室主任秦臻感慨万分,他表示:每个民族都是从历史中走来,创造出悠久、厚重、灿烂的民族文化,同时又面临着当下社会文化的变迁。民间口头承语言文学是民族生活文化经验的呈现和代代传统,需要重点保护的是民族文化的多样性,这种“多样性”也是少数民族作家创作的源泉。少数民族文学包括民间文学和作家文学,但两者不是对立的,文学评论没有统一的标准,评价要符合文学审美的特性。

“对于少数民族文学的创作,我主张少数民族作家要全身心向下,沉潜在自己民族的生活,回到日常生活中去。”秦臻认为,少数民族作家只有在自己的生活世界中挖掘民族的精神品质,以多种艺术手法表现历史巨变中的高原各民族,传达出他们的坚韧、奋发及困苦,表现他们多样丰富的情感世

界,将“人物”置于世界性的变革中回望和呈现,才可能产生好的作品,“好作家‘急’不出来,好作家只有在生活中‘活’出来。”秦臻说,少数民族作家需要重新审视自己的传统和现实的生活,汲取民间文学中优质的养分,体悟民族审美的独特性,承接前辈作家的创作经验,才能立足在高原之上谈超越。

晋宁作家罗家柱对此观点也非常赞同,他说:“文学作品是对现实生活的反映和再现,少数民族作家应立足于少数民族文化的土壤,用探索的目光探究现实生活中的一些深刻的、发展的问题。要用自己的光,照亮后来者。”

少数民族青年诗人何永飞表示,正如晓雪老师所言,少数民族文学是给世界读者看,所以我们的少数民族作家要更新观念、打开眼界、提高艺术水准、有精品意识,否则作品就难以抵达人心和走向世界。

少数民族文化是云南文化的宝贵财富,更是整个中国乃至世界文化的珍贵部分。少数民族作家既要存于少数民族文化之中,也要放眼世界,承而不固,日新又日新。

用爱灌溉 用心培育 群策群力

作为少数民族文学领域的老前辈,晓雪始终将下一代青年少数民族作家的培养放在第一位,

曾受过晓雪教诲的何永飞说:“晓雪老师是德高望重的作家和诗人,创作成就颇丰,更令人敬佩的是他为少数民族文学的繁荣和发展不遗余力地付出,给文学新人无尽的温暖和力量。晓雪老师的人为和为文,大家有目共睹,是我们学习的好榜样。”

晓雪对青年少数民族作家也寄予厚望,“少数民族文学完全可以在培养和提高各民族人民的精神境界和修养上,春风化雨、润物无声,起到潜移默化作用”。

积极地培养立足于现实和民族文化的少数民族作家是势在必行的,晓雪提出了一点建议:“省文联、省作协等有关部门应该要联合起来,群策群力地鼓励新一代少数民族作家的创作,比如可以效仿‘骏马奖’,办一个云南本土的少数民族文学奖项,不断提高和增强云南本土民族文化的自信。”

对于晓雪的提议,何永飞十分赞同,他表示,云南拥有庞大的少数民族作家队伍,所取得的成绩也是很大的,但也存在一些不足和问题,应该引起重视。有关职能部门要切实加强少数民族作家队伍建设,搭建成长平台,建立激励机制。

罗家柱则表示,现阶段应对少数民族文化进行全力的挖掘和传承,要让新生代少数民族作家们有文化可根植,有民俗素材可创造,有民族生活可感受。“新生代少数民族作家是少数民族文化的感受者、参与者、传承者和创造者,少数民族文学的繁荣昌盛也代表着云南传统少数民族文化的复兴与传承。所以,各有关部门和社会各界应群策群力,以爱灌溉,为少数民族作家的萌芽营造民俗文化氛围,为少数民族作家的成长提供积极的政策鼓励和资金支持,为少数民族作家的登顶

提供平台和奖励。”

见微知著 层层递进 真挚感人

在《诗人的存在就是为了表达爱》这篇报道发出后,因其小中见大、事实说话的特色而受到了社会各界读者的广泛好评。

晓雪在读完报道后表示,新闻报道和文学作品是有异曲同工之处的,文学要立足事实,以真实感人,新闻报道也是一样。这篇报道从小事落笔,切口很小,但文章所表达的意境很大,可以说手法是非常巧妙的。

报道从诗人的成长落笔,夹叙夹议,在事实中挖掘诗人的创作理念和深邃思想。同时,流动发生着的故事也增加了报道的可读性和生动性,让读者在感动中体会到诗人晓雪诗以存爱,诗以事立,诗以颂民的创作主张。

秦臻也对此专访报道赞叹有加:“这篇报道内容精彩,主题紧扣现实,对我省少数民族文学创作寄予了厚望!”少数民族作家是少数民族文化的主体,没有优秀的少数民族作家,就没有历久弥新的少数民族文化。而优秀又具有力量的老一辈少数民族作家则是少数民族文学界的基石,新生代的少数民族作家只有充分了解和体悟老一辈作家的思想和境界,贯彻和创新老一辈作家的技巧和经验,站在巨人的肩膀上,才能看得更广、走得更远,将少数民族文化传播得更好。

所以,针对老一辈少数民族作家的报道和访谈是重要的,也是有意义的。”秦臻说,可以说本篇报道以见微知著的巧妙视角,层层递进的叙述方式,求真务实、用事实说话的叙事态度,在严谨中彰显老一辈少数民族作家的风采,在感动中为新生代少数民族作家的成长点亮前路。

2021年云南省科技工作会议召开

本报讯(民族时报全媒体记者 高燕)近日,2021年云南省科技工作会议暨科技管理系统党风廉政建设工作会议视频会议在昆明召开。会议总结交流2020年全省科技工作和科技管理系统党风廉政建设工作以及“十三五”科技工作,研究部署“十四五”和2021年科技工作。

省科技厅党组书记、厅长王学勤全面梳理了科技工作取得的成绩。近年来,在省委、省政府的坚强领导下,全省科技系统和社会各界共同努力,按照党中央、国务院和省委、省政府的统一部署,主动服务和融入国家发展战略,聚焦服务全省经济社会发展。“十三五”以来,党对科技工作的领导全面加强,科技创新能力显著提升,科技支撑产业提质升级取得新突破、科技创新不断增强民生福祉,基础研究成果丰硕、科技扶贫助力乡村振兴、科技人才培养引进和平台建设持续加强、区域科技创新亮点纷呈、科技开放合作打开新局面、科技体制改革向

纵深推进,全省科技创新工作取得长足进步,为创新型云南建设打下了坚实基础。

会议指出,云南科技创新工作要在新发展阶段开好局起好步,2021年要重点抓好8个方面的工作:

一要高质量编制“十四五”科技创新规划,通过规划编制为全省经济发展、国家安全、社会民生、国家战略服务;

二要围绕重大产业组织核心技术攻关,聚焦“三张牌”、支柱产业、新兴产业和“数字云南”,实施一批重大科技项目,形成一批重大技术成果;

三要为乡村振兴提供科技支撑,围绕“一县一业”“一村一品”,研究制定“十四五”时期科技支撑乡村振兴示范村、示范园等建设标准,抓实示范基地建设。以“旧貌换新颜,老兵写新传”的韧劲,把科技特派员作为乡村振兴的主力军,吸纳科技型中小微企业,带动县域产业发展,推动乡村振兴;

【下转2版】

> 关注

茅台拆箱令下的怪象:

纸箱成“香饽饽”

周文天

2021年春节前,贵州茅台酒销售有限公司(以下简称“茅台销售公司”)频频出台控价稳市举措:100%拆箱销售;取消线上“抢购”门槛;宣布将2020年可售茅台酒全部投放市场,实现库存清零。但是通过调查,春节期间,以1499元/瓶的价格购买53度500毫升飞天茅台仍是一件几乎不可能完成的事情,而且“新炒货”应运而生:一个茅台酒纸箱炒到500元。

消费者线上难“抢”

在北京家乐福超市四元桥店,锁着的酒柜里茅台酒价签标注为1499元/瓶,不少顾客驻足围观,但营业员一句“这里不卖,到网上抢”,瞬间浇灭了顾客“捡到便宜”的想法。

针对线上价格为1499元/瓶的飞天茅台,茅台销售公司要求电商不得在线上设置消费限制门槛。春节期间,在京东、苏宁APP抢购1499元/瓶飞天茅台页面,点击预约按钮,不再弹出需要会员身份的提示。小米有品APP凭身份证完成实名认证后即可预约。为防止“黄牛”刷单抢货,小米有品还设置人脸识别环节,且同一用户30日内最多购买2瓶,每次限购1瓶。

放低门槛后,在网上抢购茅台是否变容易了?其实,普通消费者更难抢过已经有一年经验并有软件加持的“黄牛”们。“我都没有机会进入二级页面。”一位参与过京东、苏宁两大平台抢购茅台酒的网友表示,“立即抢购”键一亮起就不停地点,但除了“很遗憾……”“抱歉……”等提示语,用“秒杀”形容这稍纵即逝的机会都保守。

“1499元一瓶的茅台酒?不可能有。现在店里的货2700元一瓶。”在北京西城区某特约经销商店内,地上摆着十余个茅台酒手提袋,每个袋内装有两瓶茅台酒,这些都是以2750元至2800元的单价卖出去的。

茅台浑身是“宝”

1月,茅台销售公司规定专卖店每月将80%的53度500毫升飞天茅台以1499元/瓶的价格拆箱售卖,随后又规定100%拆箱以1499元/瓶的价格售卖,并将不定期检查拆箱售卖情况。如果发现箱子数量没达标,会对经销商作出相应处罚。但春节期间,茅台酒市场越发疯狂,甚至出现销售茅台酒纸箱的渠道,一个2020年茅台酒纸箱售价炒到500元,同规格普通纸箱每个售价不过3元。

业内人士透露,目前市场售价是茅台原箱酒(每箱6瓶)3300元/瓶、散瓶酒2700元/瓶,500元一个的纸箱起到重要作用。“买整箱茅台的人并不是自己饮用,不然不会在乎纸箱。就因为有纸箱,

单瓶茅台身价才能再涨600元。”

白酒零售商林明(化名)表示,外行以为买箱子的人都是去装假酒的,其实不然。买箱子的基本是终端酒商。“拆箱令”下诞生很多“新名词”,比如原箱、涂码、扣码、剪角。林明解释称,原箱即完整的整件茅台酒,单价最高,3300元/瓶;随后依次是涂码、扣码、剪角等,按照箱子完整度,酒价有一定区别。

将散瓶酒尽可能地变成原箱酒,拿到纸箱找酒和拿到酒找纸箱考验的是“黄牛”们的功力。茅台酒的纸箱和每瓶酒都有对应的批次和编号,彼此对应才算集齐原箱。用“黄牛”的话说“要实现‘三同’”,即生产日期、生产批次、物流码相同。

林明介绍,茅台全身是“宝”。除了箱子外,飘带、酒杯、绑带、提袋、验酒器等等都可以流通:飘带一根2元,原装酒杯一套30元,绑带一条15元,手提袋一个100元。

价差之下难解的结

在加大投放量的情况下,茅台销售公司将“拆箱令”视为控价的重要举措。这记重拳的确让众多经销商的高价茅台酒消失了,整箱的飞天茅台成为“稀缺品”,原箱飞天茅台市场单瓶价从2900多元一路升至逾3300元。

部分超市有其他容量规格的茅台酒出售,唯独没有“500ml、53度”的规格,2L装茅台,折合每500ml价格3000元左右。业内人士表示,春节因素支撑了对茅台酒的刚需,导致市场终端价格挺坚。

为提高开瓶率,实现“酒喝不炒”,部分茅台酒直营店出台“以瓶换购”活动,即出示一次购酒的出库单、空酒瓶、发票等,在直营店可以1:1换购茅台酒。

天眼查显示,茅台销售公司只有两名股东:贵州茅台酒股份有限公司持股95%,贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司持股5%。

杭州延瑞资产管理公司董事长李振表示,飞天茅台作为市场稀缺资源,价格上涨的主要原因是供求失衡,从1499元/瓶到3300元/瓶,其中的利润空间吸引着各路商人。由于官方定价与市场价存在巨大差额,茅台销售公司控价稳市措施面临挑战。