



“美食+”激活城市发展新动能

□袁剑锋

3月25日,以“太原好味 晋韵传承”为主题的2025锦绣太原美食文化节启幕,展现太原餐饮产业转型发展的强劲动能。(《太原晚报》3月26日)

以美食为钥匙,开启一扇通往多元发展的大门。2025锦绣太原美食文化节盛大启幕,一场关于美食的狂欢,正悄然改变着太原的“风味”。

美食节,是一场味蕾的盛宴,更是一次文化的寻根。在太原,很多标志性美食都承载着岁月的记忆。一碗热气腾腾的刀削面,厚薄均匀,入口外滑内筋,是山西面食文化的经典代表;荞面灌肠口感爽滑,配上

独特卤汁,是粗杂粮烹饪技艺的体现。从传统名菜过油肉,到街头巷尾的特色小吃,美食文化节让这些“美味珍宝”汇聚一堂。

从经济角度看,美食节能带来真金白银的实惠。太原美食文化节以美景为引、美食为媒,赏美景、品美食,全域化联动让景区与餐厅“流量互导”,打造消费闭环。精心制作的太原美食地图,标注着美食地点、特色菜品、营业时间等信息,为市民和游客提供便捷指南,刺激餐饮消费升级。

对于城市餐饮产业自身发展而言,这是一次转型的契机。“五名”评选活动选出名菜、名吃、名宴、名

厨、名店,可以构建立体化产业矩阵,从而激励餐饮企业提升品质、创新菜品。“跟着电影品美食”等跨界活动,将美食与文化相结合,帮助餐饮企业拓展营销渠道,提升品牌影响力,推动传统餐饮向多元化、特色化、创新型转变。

以食为媒,谱写“美食+”时代新篇。2025锦绣太原美食文化节,凭借创新为美食增添多元风味,通过跨界融合为消费者体验赋能,成为太原美食发展新起点。相信在这一契机下,美食将化作太原闪亮的城市名片,吸引八方来客,让大家沉浸式品味这座城市的独特“食”光。

活外音
孙达佳

新闻:途牛旅游网3月25日发布消息,随着清明假期的临近,自驾游和自由行的热度不断攀升。在自驾游热门目的地榜单上,太原市位列第10名,受到各地自驾游游客的青睐。(《太原晚报》3月26日)

旁白:畅游并州,春意无限。

新闻:3月20日,国家儿童医学中心、北京儿童医院正式发布国内首个儿科大模型“福棠·百川”,基层版和专家版“AI儿科医生”也同步上线。这个存在于虚拟世界里的“儿科医生”承担的角色主要有两个:一个是专家的临床科研助理,帮助医生快速获取最新科研成果和权威指南;另一个是辅助医生进行疑难罕见病的诊断和治疗。(《经济日报》3月26日)

旁白:提高诊疗效率,护佑人类健康。

新闻:近年来,全国各地通过实践线下实体店无理由退货相关举措,赋予消费者“后悔权”。近期出台的《优化消费环境三年行动方案》明确提出“鼓励实体店承诺无理由退换货,为消费者提供统一便捷的异地异店退换货服务”,以及今年5月起将要实施的推荐性国家标准《售后服务无理由退货服务规范》,意味着无理由退货扩围升级进入了新阶段。(《中国消费者报》3月26日)

旁白:让消费者购物更安心。

投稿邮箱:tywbplb@163.com



服务质量不能随价格打折

□宋鹏伟

随着气温逐渐回升,服装、家居用品等换季商品迎来销售小高峰。记者走访市场发现,各大商场、专卖店纷纷推出打折促销活动,吸引了不少消费者选购。然而,针对部分商家促销活动中标有“特价商品不退不换”字样,市消协提醒,此行为已构成侵权,消费者遇到可以说“不”。(《太原晚报》3月26日)

特价商品,只“特”在价格上,消费者的合法权益不应被剥夺,即使标有“不退不换”字样,也不被法律支持。

当前,打折已是商家的一种常规促销手段,借以吸引消费者的眼

球。事实上,究竟是否特价——比日常价格低,甚至便宜到“亏本甩卖”,消费者无从知晓。因此,商家主张“特价商品不退不换”,本身就是伪命题。退一步说,哪怕是赔钱卖,消费者购买也能减少其损失,另眼相看全无道理。

《消费者权益保护法》对此有明确规定,经营者不得通过格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或限制消费者权利、减轻或免除自身责任等对消费者不公平、不合理的规定,否则该内容无效。这意味着,除非事先明确告知产品有质量问题,消费者在知情后仍购买,

否则便不能拒绝退换货——卖得便宜是你的事儿,不能以牺牲消费者权益来“找补”。

可见,消费者没必要觉得“理亏”,当遭遇霸王条款时,完全可以积极维权。同时这也提醒消费者,一是购买特价商品时要仔细查看商品质量,尽量避免退换货的麻烦;二是保留好发票、小票等证据,便于日后主张自身权利。对商家而言,也不应在这方面动脑筋,毕竟影响的是品牌,丢失的是信誉,想要赢得竞争,拥有更多回头客,消费者的信任最为重要。尤其是在与网店竞争中,售后服务好的优势更不能丢。



热议

小事见担当 枝叶总关情

□梁 涛

晨起去公园锻炼的老年太极队在播放伴奏音乐时遇到故障,大家愁眉不展。3月19日,巡查的网格员了解情况后,针对性地进行解决,使得活动恢复正常。(《太原晚报》3月26日)

事无大小,办成就好。这八个字说来简单,背后却是基层治理的温度与智慧。在许多人眼中,基层工作多是“鸡毛蒜皮”,但正是这些“小事”,构成了群众最真实的日常需求。一台音箱罢工,虽不值几个大钱,却能浇灭一群老人的生活热情;一个U盘存储不足,看似微不足道,却可能让一场晨练“半途而废”。网格员的可

贵之处,正在于未因事小而不为,反而以“把小事办妥”的较真劲儿,将服务做到了群众心坎上。

当下,许多地方都在探索“精细化治理”,而精细化并非宏大口号,它来自于一次次具体的行动中。老龄化社会加速到来,如何让老年人跨越“数字鸿沟”?社区服务者能否像这位网格员一样,多一份“换位思考”?答案或许就藏在这些“小事”里。

“民之所忧,我必念之;民之所盼,我必行之。”真正的为民服务,未必需要惊天动地的壮举。把每一件小事办实、办细、办成,便是对“人民至上”最朴素的诠释。



以花为媒 与春相约

□孙达佳

早春三月,市公园服务中心精心为您送上“全年赏花攻略”。(《太原晚报》3月25日)

春天到了,市公园服务中心适时推出的“全年赏花攻略”,无疑是一份贴心且极具价值的礼物,为游客开启一扇领略城市多彩魅力的窗口。

太原三季有花、四季常青。多年来深耕城市绿地,口袋公园及小微绿地如繁星般点缀在城市各处。在提升城市的“颜值”同时,致力于发展“赏花经济”。如今,每到春季,太原便成了赏花胜地,置身这座城市,处处芬芳,如在画中游。

要以花为媒,深度挖掘太原的历

史文化、民俗风情,打造更具吸引力的旅游产品和活动,推动“赏花经济”走得更远。要以花为媒,带动城市交通、餐饮、住宿等产业协同发展,让城市更具发展动能。要以花为媒,提升城市精细化管理水平,增强城市的亲和力和魅力。特别是在赏花高峰期,加强公园、景区的管理与服务,保障游客的安全与游览体验,持续优化赏花路线和配套设施,不断提升赏花攻略的实用性和吸引力。

城市因花更美,我们的生活也将因花而更加多彩。让我们跟随春天的脚步,一同开启充满花香的美好旅程。

