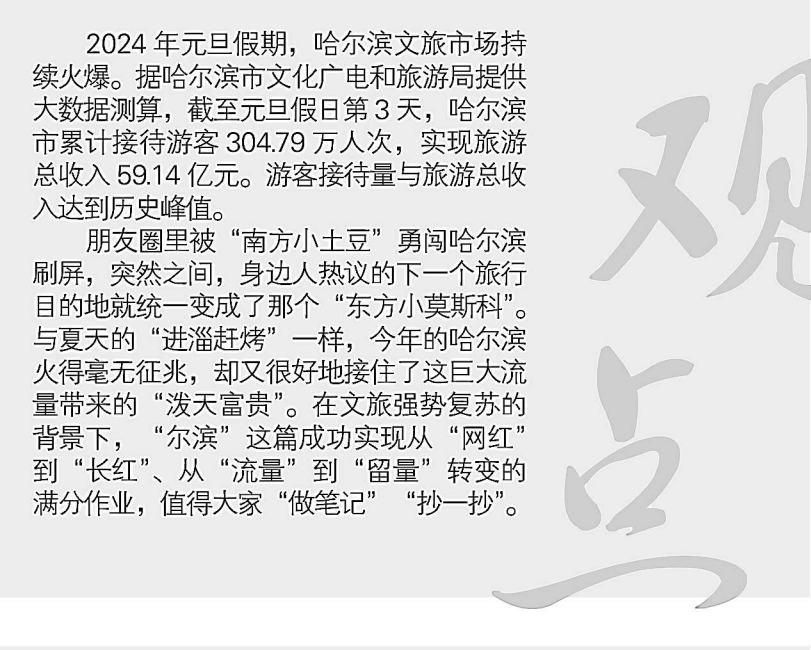


火爆的哈尔滨 以“诚”收获“长红”



2024 年元旦假期，哈尔滨文旅市场持续火爆。据哈尔滨市文化广电和旅游局提供大数据测算，截至元旦假日第 3 天，哈尔滨市累计接待游客 304.79 万人次，实现旅游总收入 59.14 亿元。游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。

朋友圈里被“南方小土豆”勇闯哈尔滨刷屏，突然之间，身边人热议的下一个旅行目的地就统一变成了那个“东方小莫斯科”。与夏天的“进淄赶烤”一样，今年的哈尔滨火得毫无征兆，却又很好地接住了这巨大流量带来的“泼天富贵”。在文旅强势复苏的背景下，“尔滨”这篇成功实现从“网红”到“长红”、从“流量”到“留量”转变的满分作业，值得大家“做笔记”“抄一抄”。

再次重申了“顾客至上”的理念

热气球升空打造浪漫哈尔滨、非遗打铁花营造新年烟火气、鄂伦春族表演驯鹿展现文化自信……寒冷的哈尔滨充满热情。通常来说，“酒店住宿、交通出行、餐饮购物”等接触型消费、实物型消费是游客吐槽热点。而哈尔滨一直在不断持续加强对酒店、民宿等住宿行业的价格监管，营造让旅客舒适的旅游环境。15 家住宿企业进行价格监测，确保假日期间价格秩序稳定。发布冬季冰雪旅游温馨提示，督导重点景区落实限量错峰要求，指导重点景区、宾馆住宿建立日报制度，实时掌握市场情况。哈尔滨周到的服务都在进一步激发游客旅行的需求。

众人拾柴，牵手成合力。携手饿了么，打造专属名片；牵手飞猪旅行，发放旅行优惠券；联手南方航空、支付宝等提出冬季惠民文旅

系列活动；哈尔滨人自己更是亲自上场，免费接送旅客，“撈人”只为介绍最佳餐厅。同时，央视新闻力挺冰雪大世界、文旅局长与网民互动增添互动性、个人网红的加盟推介、积极牵手名人等，也是“哈尔滨”火爆出圈的重要因素之一。通过各大媒体、网红和隔空喊话名人参与到话题、活动现场来，成功借力名人效应，推高了活动热度和影响力。更为关键的是，大家为哈尔滨发声、代言，皆源于发自内心的喜欢和热爱。

哈尔滨文旅的火爆，再次重申了“顾客至上”的理念。无论是年初淄博烧烤，贵州“村 BA”，再到哈尔滨文旅火爆社交平台，各地文旅的火爆出圈，大大提升了市镇人气，玩出了文化新“名片”。这也告诉我们，旅游市场只有始终把消费者需求放在首位，以消费者服务为出发点，才能保持长久的生命力。

政府职能转变,当好“服务者”至关重要

哈尔滨的蹿红具有偶然性，但归根结底是抓住了一些可以正向培育或引导的可能性。

对于文旅业来说，不断推进政府职能转变，由管理型政府向服务型政府转变，主动当好“服务者”至关重要。

一是服务市场，让景点、餐饮、住宿等周边的店铺、地摊、“移动夜店”能够找到红火且有秩序的经营范围，对市场进行控价和监督，“特种兵打卡 12 块钱吃到撑的美食”“雪乡万人蹦野迪”“南泥北运大型课堂体验”等，是打破“地摊经济”“移动经济”最后一公里隐形壁垒的最好见证。

二是服务社会，包括游客和本地居民，在做好基本公共服务的同时，提供一些延伸服务，把服务做精细、落到实处，增强服务的触达性。酒店班车、专列免费接送，部

分景区免门票，开辟新的便民路线等等，客流量增多之后会带来税收和就业，反过来会增加政府收入，从而进一步推动文旅产业发展。哈尔滨的努力表明，该市的行政管理正适应不断变化的社会趋势并响应公众的新需求。

这次哈尔滨爆火中，当地政府的迅速反应、积极行动和民众的努力配合交出了令全国人民满意的答卷，也获得游客的赞赏。有网友评价，不是东北的冰天雪地多么令人舒适，而是哈尔滨的友善与温暖让人宾至如归。“人无我有，人有我优”，不管是舆论引导、舆情疏导、形象打造，还是具体到住宿、交通、餐饮等，商家信誉、服务质量都让游客感到放心和温暖，建立起彼此可以信任的关系，这是至关重要的。

综合自湖北日报、红网等
谕路 整理

从“拔罐致贫血”看医疗和养生边界

□ 罗志华

据温州都市报消息，因迷信拔血罐可养生，浙江温州金阿姨坚持两年后，却查出严重贫血。记者 1 月 2 日从温州市中心医院了解到，所幸经过一段时间治疗，金阿姨的贫血症状得到明显好转，近日康复出院。（《中国新闻周刊》）

金阿姨之所以因拔罐导致重度贫血，是因为她两年前就在当地一家养生馆接受拔罐放血服务，并且最近半年增加了频次，每周拔罐技师都会给她放 200 毫升左右的血。如此频繁和大量放血，身体造血远远跟不上失血的程度，时间久了，当然会导致贫血。

拔罐是中医常用的治疗方法，且在民间养生馆内十分盛行。事实上，这些养生馆普遍不具备医疗资质。放血更是如此。民间还有一些放血自疗方法，比如患者高烧难退时，民间还有十宣穴放血等退烧办法。拔火罐可致皮肤灼伤，拔血罐可能导致贫血，十宣穴放血可能导致感染。

不仅如此，民间还有很多自疗行为也存在类似认知上的模糊。比如治疗疳积有针挑疗法，施针不当可能导致感染；推拿在扳腰扳颈时用力过猛，则可能导致严重伤害，等等。这些项目在民间和生活服务机构也广泛存在。这些服务究竟属于医疗还是属于养生保健？资质要求有何不同？为金阿姨

拔罐的养生馆长期提供这类服务却无人举报，与民众普遍看不清中医治疗和养生保健的边界有关。

执法人员分辨两者的一个标准是：相关服务是否具有创伤性、侵入性、危险性等。因为《中医养生保健服务规范（试行）》第五条明确，提供中医养生保健服务的机构及其人员不得从事诊疗活动，包括不得使用针刺、瘢痕灸、发泡灸、牵引、扳法、中医微创类技术、中药灌洗肠以及其他具有创伤性、侵入性或者危险性的技术方法。

普通拔罐服务不弄破皮肤，生活养生馆可以提供，但拔血罐和放血具有创伤性、侵入性、危险性，不属于养生保健项目，而是医疗行为。以此标准来衡量，不仅可以帮助民众看清医疗与养生的边界，而且也能帮助分辨医疗美容和生活美容，包括皮肤注射在内的所有刺破皮肤的操作都具有创伤性和侵入性，因此也都属于医疗行为，超出了生活美容的服务范围。

养生和生活美容馆等服务机构有时会出于利益，故意模糊医疗行为和养生保健的边界，上述案件所涉的服务，就是借养生保健之名行医疗之实的典型。消费者只有牢记分辨两者的一些标准，才能看清这类服务需要恪守的边界，进而更好地维护自身权益，让那些“有心之人”无法通过混淆二者来浑水摸鱼。

“给未成年人文身须担责”是堂警示课

□ 魏 芳

15 岁少年王某出于好奇，瞒着家长到一家刺青店文身，家长发现后代理王某将刺青店诉至法院。近日，安徽省无为市法院对此案作出判决，认为刺青店提供服务前既未主动询问王某是否成年，也未在店内张贴醒目的禁止未成年人文身的标志，对王某的损失赔偿应承担主要责任。（《人民法院报》）

众所周知，未成年人文身存有诸多危害和弊端。其一，不利于身体健康。未成年人的免疫系统发育尚不成熟，一旦皮肤伤口被细菌、真菌感染，会危及身体健康。其二，不利于思想道德教育。在传统认知中，文身者的形象总是与“江湖”相关联，未成年人心智不成熟，极易受影响。其三，一些职业对文身等有特殊要求，未成年人考虑不周，可能在日后遭遇一些困境。

正因上述诸多弊端危害，国务院未成年人保护工作领导小组办公室专门印发《未成年人文身治理工作办法》，要求任何企业、组织和个人不得向未成年人提供文身服务，不得胁迫、引诱、教唆未成年人文身。可以说，“不得给未成年人文身”的禁令，既是对商家的一种“规制”，更是对未成年人的一种

“保护”。

此次案件中，刺青店被判担责，不仅是对当事者的一种惩治和震慑，更是对其它文身店家的一种警示和威慑，对全社会来说，也是一堂生动的警示教育课。

当然，除了当事人须“担责”，要真正遏制未成年人文身现象，还需综合施治。一方面，须加大对文身行业的治理力度，不妨出台相关的行业标准，设置“准入制”门槛，对未成年人文身实行“禁入制”，以防范未成年人文身“无序化”，陷入“失管”状态；另一方面，尽快完善关于未成年人文身的法律规范或相关司法解释，把未成年人文身纳入“法律框架”，用“法治外衣”更好地保护未成年人。

同时，治理未成年人文身，学校和家庭也不能“缺席”。作为学校教师和家长，应通过“家校合育”的方式，从教育入手，对未成年人给予及时的心理辅导和教育引导，让未成年人理解文身文化的本质以及可能造成的不利影响，从而让未成年人自觉抵制文身，远离文身。