

□本报新闻观察员 洛谭

津桥夜话

□张宝峰



马寺钟声

养成可持续性垂钓的习惯,有选择地放钓结合,才能切实保护垂钓水域的生态平衡。

## 别让非法捕捞“捕”走城市美丽

近日,有网友举报洛河城区段洛阳桥附近有人用网捕鱼,相关部门迅速赶到事发地,对非法捕鱼者进行处罚,没收其渔获物并放生。

河清景美,竟刺激贪婪者非法捕鱼,电鱼、网鱼、毒鱼这些掠夺性、灭绝性捕捞,令人痛心。

爱护水生态环境,就是爱护我们赖以生存的家園。我市虽属北方城市,却堪称“富水城市”,伊、洛、瀍、涧等水系穿城而过,城区河道和水系长度达250公里。这些水系里野生、人工增殖放流的草鱼、鳊鱼、鲢鱼、鲤鱼等处于食物链底层,通过滤食作用平衡生态,缓解水质富营养化,让水质更纯净,有力地保护着城市的自然生态景观。如被称为“藻类克星”的鲢鱼,体重每增长1公斤,就能吃掉40公斤至50公斤的藻类。

这些可爱的小生灵,改善了城市水系环境,助力人们实现青山绿水的梦想,是当之无愧的环境小卫士,本应

得到市民垂青、爱护,却不幸成为贪婪者在利益驱动下的牺牲品。

改善水域环境,人们要真正明白,增殖放流只是一种补充手段,养成可持续性垂钓的习惯,有选择地放钓结合,才能切实保护垂钓水域的生态平衡,留住城市美丽。对于那些非法捕捞者,必须采取高压手段,用严密的监管网络捆住他们罪恶的手。

春天是鱼类生长和繁殖的季节,我市也将进入禁渔期。“劝君莫钓三春鱼,子在巢中待母归。”是劝阻,更是责任。此间,管理部门加大河岸巡查力度必不可少,鼓励市民建立志愿者服务机构,参与义务沿河巡查队伍,将夜间、双休日等作为打击非法捕鱼重点时段,也是行之有效的手段。

三月不钓鱼,将渔具封存起来吧,给鱼儿一个繁衍后代的机会,给鱼儿一个自由生长的机会,为城市创造一个美丽和谐的环境。

## 好家风是一剂良药

这两天,网上一个小视频火了:一个男孩独自乘坐电梯,中途对着电梯按键撒尿,引起电梯线路短路,电梯门打不开,按键灯狂闪,电梯灯也熄灭了,男孩被困。又是一个用生命在调皮的熊孩子!好在这个男孩最终被安全救出。

去年8月,在浙江义乌某服装市场,一男孩也是对着电梯设备撒尿,导致电梯门发生故障,当孩子爬出半开的电梯门时,从30多米高处坠落到电梯井底……

熊孩子常常会做出各种各样、令人瞠目结舌的举动,让父母伤透脑筋。没有礼貌、顽劣任性、破坏性超强,几乎成了熊孩子统一的特征和标签。

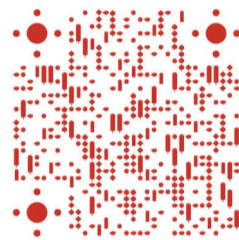
事实上,顽皮是孩子的天性,之所以有的孩子通情达理、举止有度,有的自私任性、屡屡惹祸,是因为他们之间隔着的是家风。家风会渐渐地把孩子“吹”成不同的两种人。

人们对熊孩子的批评,更确切来说,是对其家风缺失、家教不严的不满。也正因为此,由上万块乐高积木组成的作品“尼克狐”被熊孩子推倒,瞬间“碎成渣”,网友质问家长为何不看管好自己的孩子;两个熊孩子损坏上海博物馆的玻璃展品,人们会谴责

其家长坐视不管……

家风,往浅了说,是家教;往深了说,是一个家庭乃至一个家族的风气、风格和风尚,包括生活习惯、精神培育、人格养成等。谁都喜欢有教养的孩子,这种教养与金钱无关,它是一个家庭家风的体现。有什么样的家风,就有什么样的孩子。

一个知书达理守规矩的孩子,一定是好家风熏陶出来、好家教管束出来的。好家风是一剂良药,可以医得好孩子身上的任性、顽劣与戾气等,每一个孩子总要走出家门,独自面对这个世界,用良好的家风吹散孩子身上的“熊性”是送给孩子最好的礼物。



扫二维码,关注微信公众号“微动洛阳”进行投稿。稿件一经采用,即奉稿酬。

洛阳旅发集团携手中国邮政集团公司洛阳市分公司,助力洛阳文化旅游发展

## 开发好“洛阳礼物” 提升城市美誉度

□张人杰 秦阳 文/图

昨天上午,洛阳市旅游发展集团有限公司和中国邮政集团公司洛阳市分公司举行战略合作签约仪式。双方将重点以“洛阳礼物”文创产品体系等为切入点,围绕文创产品研发等领域开展深入合作,促进“洛阳礼物”文创产品体系发展,助力洛阳文化旅游发展。

### 联手,促洛阳文化旅游发展

一家是我市文化旅游产业领域投融资运营主体,一家是服务地方经济生活的央企。

据了解,洛阳旅发集团与中国邮政集团公司洛阳市分公司按照战略合作协议,将立足我市,重点以“洛阳礼物”文创产品体系等为切入点,围绕文创产品研发、品牌宣传、营销推广等领域开展全面深入合作,通过强强联合,助力洛阳文创产业、文化旅游的发展。

洛阳旅发集团相关负责人表示,近年来,洛阳旅发集团在文化、旅游、金融、航空、体育等领域取得了一系列成绩,基本完成了“布局、并购、发展”三年规划发展目标。下一步,集团将重点推进域外项目,以消费金融为核心工具构建文旅生态圈。打造“洛阳礼物”文创产品,是为了让来洛游客能带走对洛阳的美好记忆,借此促进我市文创产业发展壮大。本次携手中国邮政集团公司洛阳市分公司,就是希望通过双方合



签约现场

作,进一步挖掘和研发好“洛阳礼物”,通过“洛阳礼物”走向全国带动洛阳文化旅游、城市品牌等走向全国。

中国邮政集团公司洛阳市分公司相关负责人表示,近年来,洛阳邮政部门借助自身优势,通过举办“世界邮展”、设立“龙门”“洛阳驿”主题邮局等一系列工作,宣传和推动洛阳文化旅游发展。希望此次与洛阳旅发集团合作,能为洛阳文化旅游发展做出新的贡献,实现洛阳礼天下行的目标。

### 礼物,让游客记住洛阳

如果一座城市能被铭记,是通过文

字、图画还是一首歌?抑或是通过建筑、美食还是一处景?对于洛阳而言,她有太多的表现方式,但是要让人们记住她,就要让洛阳的历史、文物、风景、人文活起来,不仅能带走,能抬眼看到,而且要能互动。

“妈妈,这个本子很有意思。”“爸爸,这套茶具我们买来送给爷爷,牡丹香送给奶奶吧。”在洛阳城市会客厅艺佰文创馆,各种极具创意和实用的文创产品不仅传承和挖掘了洛阳文化,将洛阳元素、洛阳符号植入产品中,而且充分考虑到其实用性和独特性,深受广大市民及游客喜欢。

洛阳城市会客厅负责人介绍,目

前,展区内的“洛阳礼物”已获得许多人认可,其销售量已占到洛阳城市会客厅主营业务收入的四成。

近年来,洛阳旅发集团始终贯彻落实市委、市政府决策部署,重点组建了集研发设计、营销推广等于一体的文创产品专业机构——洛阳礼物研究院,先后推出了“博物馆之都”“书香洛阳”等20多类400余种系列文创产品。

洛阳旅发集团相关负责人介绍,“洛阳礼物”是旅发集团着眼于我市特色文化、旅游产业、城市形象等优势特点而精心打造的文创产品体系,集文化创意、旅游商品、城市文化等于一体。

下一步,集团将逐步完善“洛阳礼物”文创产品体系,与洛阳市博物馆、洛阳市邮政公司等深入合作,丰富产品种类,打造出助推洛阳文化复兴、留住游客记忆的文创产品。在渠道建设上,集团将重点推进高铁站、机场、博物馆、邮政网点自有和外部营销渠道建设,将“洛阳礼物”成功经验向全国推广,进而打造中国城市礼物体系。在创新品牌运营上,将继续创新思路,打造品牌,积极推动“洛阳礼物”文创产品体系与金融等产业联动发展,进一步推动我市文化旅游产业发展开创新局面,最终让来自海内外的游客可以通过“洛阳礼物”更加了解和喜爱洛阳,实现“一礼念一城”的目标,助力国际文化旅游名城建设。