

热 点 热 评

购物点不应刻意包装成景点

刘莉

国庆中秋长假带动旅游市场热度攀升,各地推出不少个性化旅游产品,满足游客多样化需求。然而,部分隐蔽的违法违规行也逐渐显露。日前,文旅部公布了一批旅游市场强制消费问题典型案例,其中包括商家将购物点包装成景点,甚至强制或变相强制消费,严重侵害了消费者权益,扰乱了市场秩序。

旅游过程中发生的购物行为,应建立在游客自愿的基础上,是一种满足个人需求的选择。从法律层面看,《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。《中华人民共和国旅游法》也规定,旅游者有权自主选择旅游产品和服务,有权拒绝旅游经营者的强制交易行为。把购物点包装成游览景点甚至强制消费的行为,涉嫌侵犯游客的知情权和自主选择权。

购物点并非不能成为景点,关键在于该地是否具备足够的文化内涵与游览价值。比如,北京的秀水街曾是外国游客必到的打卡地,上海的南京路步行街、广州的北京路商业街也以其深厚的历史商业文化吸引游客;各地打造的特色集市、夜市,同样将消费融入游览体验之中。

可见,契合地方文化的消费场景非但不会削弱旅游体验,反而能丰富游览内容,让游客在购买纪

念品的同时,感受到更立体、更多元的地方魅力,进而带动旅游产业链的整体活力。

然而,一旦购物点被刻意包装成景点,就容易滑向过度商业化的误区。部分经营者将文化与消费强行捆绑,误导游客认为“买买买”才是体验风土人情的必要途径,甚至使游览点失去原有的文化吸引力,沦为购物附庸。这种伪文化包装削弱了旅游的纯粹性与游客的体验感,长远来看会影响旅游市场的可持续发展。

避免将购物点包装成游览景点带来的负面冲击,重要的是坚持“事先知情”和“事中自愿”的原则。“事先知情”要求经营者在游客作出决策之前,如实告知游客购物点的性质、商品价格范围、质量标准及潜在费用等信息;“事中自愿”则强调消费必须基于游客真实意愿,杜绝任何强制或诱导行为。这不仅是保障游客权益的基本要求,更能规范旅游市场秩序。

将购物点包装成游览景点,折射出部分经营者急功近利的心态。旅游不是一锤子买卖,好口碑靠的是游客满意而归后的口口相传。强制交易不仅会损害消费者权益,更将破坏行业生态。要共同塑造繁荣的行业生态,让健康、有序、诚信的旅游市场环境成为每一个从业者的追求。

微 言 网 语

【新闻事件】

刚刚过去的国庆中秋假期,青岛农业大学的孟成在老家的玉米地里,徒手掰了七天半玉米。他家种了5亩玉米地,连日降雨让田地泥泞,收割机无法进入,只能靠人工一穗一穗掰,“我多弯一次腰父母就少吃一点苦”。他的故事经媒体报道后引发很大反响,很多网友点赞他懂事、孝顺和“接地气”。

【留言精选】

和气:利用假期主动回归玉米地,这种“接地气”不是猎奇式地体验生活,而是出于家庭的责任、成年人的担当和血脉深处的召唤。

赫赫有名:通过图文或视频呈现在网上,农事的艰辛、农民的不易得以具象化地展现。即便没有过农村生活经验的人,也很容易产生情感共鸣。

达观:收获季前夕对于恶劣天气的担忧,以及父母调侃似的灵魂拷问“读书苦还是种地苦?”,至今深深地烙在脑海里。

河山:“我上大学,是为了更好地成长,我的根在土地里”,孟成的话语朴素却直抵人心。在高等教育普及化的今天,大学生与土地的关系已变得疏离。

平安:孟成的“秋收假期”提供了一种返璞归真的可能:假期也可以是与土地和亲人重建连接、回归生命本源的契机。

秋天:在点赞孟成之后,我们也应思考:如何让这样的“看见”不再是偶然的新闻热点,而转化为社会共同意识?

阳光:教育的价值不仅在于培养脱离土地的人才,更在于塑造能够理解土地、反哺乡土的心灵。

山村:社会发展的目标,不应是割裂人与土地的联结,而是要在现代化进程中保留对土地的温情与敬意。

幸福:唯有如此,我们才能在现代化的狂飙中不失根基,在数字化的幻象中不忘真实,让古老的农耕文明在新时代继续生生不息。

据人民网



存在隐患

油污遍地,食材和垃圾桶摆放在一起……你是否会担心,吃得津津有味的外卖,有可能出自一些卫生环境堪忧的无堂食小店?

近期,一些地方通过制定行业标准、创新监管方式,推动无堂食外卖规范经营。

新华社

公安“霸总”短剧破圈,打破了政务宣传老套路

胡欣红

在公众印象中,“霸总”短剧基本上是无脑的代名词,而最近杭州公安出品的“霸总”系列题材短剧居然“杀”出重围。截至这部系列短剧第五集完结篇发布前,前四集每一集的全网播放量都超过了700万,各平台的点赞量也都轻松破万,上千万网友催更。

这部“霸总”短剧主要是针对杀猪盘、酒驾、招聘诈骗这些生活中常会发生的事例而发,并因此提供法律常识的教育。剧情虽然夸张搞笑,但走红并非偶然,首先在于精准踩中了“干货输出”的核心需求。民警角色化身观众“嘴替”,用正向的法律常识“打败”了“霸总”夸张的剧情和言语,让网友在爆笑之余“学到真东西”。这种“娱乐+实用”的双重价值,恰好击中了当下观众对微短剧的深层期待——人们不仅需要碎片化时间里的“情绪按摩”,更渴望在轻松观看中获得有价值的信息增量。反观部分微短剧,沉迷于“1胎99子”之类的荒诞设定,用脱离常识的剧情博眼球,最终只能沦为劣质“电子榨菜”,被市场和监管双重淘汰。

“干货”的有效传递,离不开精品化创作的支撑。杭州公安短剧本由公安新媒体团队亲自撰写,成员刷上百部短剧、记梗梗,只为让普法内容更贴合受众语境;拍摄邀请专业团队,从前一天清晨拍到次日凌晨3点,力求节奏与质感;演员选用入职3个月的真民警,其真实的执勤经历与角色高度

契合,让剧情少了“演”的痕迹……这种对内容、制作、人设的极致打磨,与行业内“一周拍完60集”的流水线生产形成鲜明对比。

这种“真诚创作”,用年轻人熟悉的“霸总”梗、密集笑点,搭建起沟通桥梁。微短剧的核心竞争力从来不是“15秒反转”的套路,而是能引发情感共鸣的真诚。当创作褪去“流量至上”的浮躁,回归对人性、对现实、对文化的尊重,作品自然会拥有打动人心的力量。精品化不是高成本的专属,而是对观众审美和需求的尊重,是微短剧摆脱“粗制滥造”标签的必由之路。

如今,微短剧行业已告别“野蛮生长”,站在价值重构的十字路口。这部由真警察出演的短剧,打破政务宣传刻板印象,更以“有趣有料”的特质,为陷入“套路化”“低俗化”争议的微短剧行业,点出了一条“突围”之路——微短剧的“出圈”,不应靠恶俗片名、离奇剧情博眼球,而应以“干货”为内核,用精品化夯实基础,靠真诚连接观众。杭州公安的实践证明,即便是政务宣传类内容,只要以精品化标准打磨,同样能成为“现象级”作品。当更多创作者能像杭州公安这样,放下流量焦虑,深耕内容价值,微短剧才能真正从“电子榨菜”升级为“精神食粮”,在文化传播与市场发展中实现双赢,成为传递正向价值、承载文化使命的重要载体。



投资需理性

接连突破每盎司3000、4000美元两大整数关口!数据显示,国际金价今年以来的涨幅已超过51%。这意味着,2025年可能成为1979年以来金价涨幅最大的一年。

光大期货研究所有色金属研究总监展大鹏表示,黄金更应被看作是长期资产配置工具,而不是短期投机。投资者需要深入了解黄金相关投资渠道和产品风险,分清投资品、纪念品、饰品等区别,理性参与、量力而行。

据新华社