

热 点 热 评

银发游不能变成“坑老游”

沈欣雨

随着银发经济持续升温,老年休闲旅游成为消费新热点。本为丰富晚年生活、提升幸福感的银发旅游市场,却被不法分子钻了空子。不少商家打着免费游、超低价游的噱头招揽老人,看似是贴心惠民的老年福利,实则是精心包装的非法集资陷阱,让暖心银发游沦为坑老牟利的工具,严重侵害老年人财产安全,扰乱金融与文旅市场秩序,亟待重拳整治。

如今市面上19.9元、29.9元的超低价格老年团层出不穷,看似性价比拉满,背后却暗藏重重猫腻。不少旅行社不以旅游服务为盈利目的,而是借旅途场景开展洗脑式宣讲,推销高价旅游套餐、海参储值卡等产品,以“远超银行理财的高额回报”为诱饵,诱导老年人投资理财。相关案例触目惊心:有集团依托老年旅游大肆非法集资,8年涉案金额高达244亿元,致使36万余名老人蒙受百亿元损失;多地低价银发游项目,看似便民惠民,实则是涉案数千万元的非法集资骗局。天下没有免费的午餐,低价旅游的温柔外衣下,早已为老年人标好沉重代价。

这类骗局围猎老年群体,绝非偶然,而是精准拿捏了老年人的身心特点与现实需求。银发经济市场潜力巨大,老年人大多拥有稳定积蓄、闲暇时间充足,自然成为不法分子的重点围猎对象。一方面,老年人普遍勤俭持家、对价格敏感,极易被低价出行、高额返利的噱头吸引,面对初期稳赚不赔的甜头诱

惑,容易放下戒备心理。另一方面,不少老人缺少子女陪伴,情感陪伴存在空缺,骗子贴心问候、温情关怀的“亲情式营销”,很容易攻破心理防线,让诈骗套路顺势得逞。

骗局频发的背后,也暴露出行业监管、反诈治理的诸多短板。文旅行业监管存在盲区,部分无资质机构随意开展老年旅游、会销宣讲活动;金融监管下沉不足,变相投资理财、非法集资的隐蔽行为难以被及时察觉;基层反诈宣传多为通用科普,缺少适配老年人的精准化、场景化宣讲;同时老年群体维权渠道不畅、维权成本高,即便受骗也常常维权无门,纵容了不法分子的侥幸心理。

整治银发游非法集资乱象、守护老年人“养老钱”,需要多方联动、全域发力、闭环治理。监管部门要压实责任、重拳治乱,开展文旅、金融、公安多部门联合整治,严查低价游捆绑投资、虚假返利等违法行径,加大违规主体惩处力度,抬高违法成本。同时畅通社会监督渠道,鼓励群众举报乱象,压缩灰色产业生存空间。

守护银发幸福,既要严管外部乱象,也要筑牢内部防线。社区需常态化开展适老化反诈宣传,结合真实案例拆解骗局套路,提升老年人金融素养和防骗意识。金融机构要优化服务,对老年人大额转账、异常交易及时预警提示,从资金端拦截风险。子女也要多陪伴、多沟通,填补老人情感空缺,做好日常反诈提醒。

微 言 网 语

【新闻事件】

河南老君山的“一元午餐”十年了!这个国庆长假,作为老君山景区的“保留曲目”——“一元午餐”再次引发社交平台热议,游客花一块钱,不仅能吃到热气腾腾的玉米糊涂面、煎蛋,搭配黄瓜、番茄,还有新增的“每人一个鸡腿”。老君山坚持十年的国庆“一元午餐”,赢得社交平台的巨大声量,于景区而言算是一种对真诚的回报。

【留言精选】

奋斗者:“一元午餐”为景区赚来的吆喝,社交传播的流量加持,几倍于景区的低价餐食成本付出。

城市与乡村:景区餐饮价格高企,一直是游客“看不惯但也无可奈何”的那种顽固存在。

丰盛:老君山“一元午餐”等景区低价餐饮,用明显低于成本的餐食供应,回应了游客对景区高价餐饮的不满,也展示了景区经营者善待游客的诚意。

买买买:说明景区餐饮的定价议题仍旧存在,比外面贵几倍的一瓶水、一根烤肠依然让很多游客如鲠在喉。

理直气壮:明显低于成本的“一元午餐”看重的,首先是景区承担基础餐饮成本后的衍生餐饮、娱乐消费收益。

哈哈:越来越多的文旅项目在亲身实践那些门票之外的文旅深度经营。

达达:有的地方、有的景区在用免门票的方式吸引游客到来,凭电影、演唱会票根就可以畅游当地多个景区成为非常成熟的文旅获客方式。

阳光:文旅项目不是一锤子买卖,是有来有往的人情互动。

原野:老君山“一元午餐”经营这些年来,几乎每年的午餐收入都要超过售出的餐份数,无人值守的摊点前,总有游客选择多付费、不找零,景区和游客的善意在此处交汇在一起。

风向:也给那些基于景区经营资源垄断地位而坚持高定价的文旅经营模式一个思考的机会,开始有更多的地方在探索通过低价、平价餐饮给文旅项目带来社交平台口碑的可能性。

天天向上:老君山“一元午餐”的十年坚持,说明有诚意、有善意的景区经营,并不总是“赔本赚吆喝”,它也可以在社交平台的口碑和流量护持之下收获品牌价值、丰富景区生态。

温暖:如果说有多少人真的为了一餐饭去一个景区还未可知,但作为文旅经营“加分项”而存在的“一元午餐”,无疑为老君山的公共好感度加分不少。

平安:“一元午餐”带起来的,是游客“自来水”推广的那些景区服务、诚信奔赴与游玩体验。

顺心如意:“一元午餐”确实很便宜,但换来的海量游客真实评价却价值不菲。

据人民网

治理涉企“黑嘴”

近期,国家网信办组织开展“清朗·优化营商环境 整治恶意炒作涉企信息”专项行动,对恶意诋毁抹黑企业、集纳炒作涉企负面信息、借监督之名牟取非法利益等问题进行集中整治。专项行动期间,各级网信部门和重点商业网站平台清理涉企侵权信息156万余条,处置违法违规账号2.6万余个。新华社



动物园用活鸡投喂老虎,这样“玩法”太残忍

胡欣红

据报道,国庆假期,自称以“保护动物保护环境”为宗旨的福建福清永鸿野生动物世界,在东北虎区、狮子区、狼区同时开卖“60元一只活鸡”的投喂项目:活鸡拴上绳子,被一次次拉近猛兽,又在猛兽扑到的瞬间抽回。老虎、狮子反复跃起扑空,鸡悬在半空挣扎,围观游客阵阵惊呼,在“观赏席”上还站满了未成年人。仅东北虎区,每天就有十几二十只活鸡被投喂,游客直言“太残忍”,工作人员一声“就是为了玩”回答得理直气壮。

把虐杀活体动物明码标价,还推荐出“直接投入、挂树引导、绳索挑逗”三种玩法,令人强烈不适。包装得再花哨,实质只有一个:制造现场刺激、诱导动物争抢取食,以虐杀博取观众眼球。

被圈养的猛兽在众目睽睽下为了一口食物反复扑杀、反复扑空,这种人为制造的高强度应激,打乱了动物正常的进食节律和生活行为。以虐杀动物、猛兽抢食作为表演看点向公众展示,更容易向社会尤其是未成年群体传递错误的动物保护观念。

早在2007年,国家林业局就已明确要求停止给猛兽投喂活体动物表演等行为,理由正是“这类活动对青少年会产生不良的影响:一方面会让孩子产生对动物生来就是给人类取乐的错觉,漠视动物的痛苦;另一方面也难免会给孩子埋下暴力的种子”。

孩子心智尚未成熟,当他们看到花钱就能让猛兽厮杀、血腥场面还伴着满场喝彩,得到的不是对野性的敬畏,而是“动物天生供人取乐”的错误启蒙。

今天对着虐杀活鸡拍手叫好的孩子,明天会怎样对待身边的生命?细思极恐。

更何况,2017年住建部《动物园管理规范》早已明确,动物园不应“在游客视线范围内投食活体动物”。国家林业和草原局2020年发布的《野生动物人工繁育管理规范 总则》,也规定“不得在游客在场的情况下喂食活体陆生脊椎动物”。

规范之下,国内绝大多数的大型公立动物园严格禁止活体投喂,此次涉事动物园何来底气“顶风作案”?其背后扭曲的经营逻辑,值得更多考量。

舆论场中,也有人辩解老虎狮子天生食肉,弱肉强食是自然规律。殊不知,这完全是在偷换概念。自然捕食是生存本能,而用活物戏耍盈利则是消费痛苦,莫把生态规律当成娱乐残忍的借口。

动物园本该是人们认识自然、敬畏生命的课堂,绝非“戏弄”猛兽和围观虐杀的血腥秀场。真要“唤醒野性”,可搭配觅食模拟等科学训练方式,锻炼野生动物觅食本能,既符合野生动物繁育养护规律,也兼顾生态文明和人类情感。

面对质疑,工作人员表示该项目并不是近期才有,已开展了一段时间,至于投喂过程残忍、众多未成年人围观等问题“会向上级反映”。

动物园的本分是养好动物、做好科普,而不是把动物的本能反应变成血腥的生意。对于这类“血腥生意”,除了舆论围观,监管部门更应尽快介入调查、及时叫停。