

做好工业“锈带”变文旅“秀带”这篇文章

本报评论员 韩韞超

旅游产品体系相比,很多发展多年的工业旅游地依然处于“存在但不为人知”的状态——1898太原兵工厂文化产业园2021年至今接待参观团体90批次,共计3.1万人次,而4公里外的大原钟楼街仅今年“五一”假期第一天就吸引游客超12万人次;与云冈石窟隔河相望的晋华宫国家矿山公园,有罕见的侏罗纪煤层地质奇观和完整保留的采煤工业系统,但很多外地游客表示“在大同玩了几天,也没听说这个景点”……

工业遗产具有历史学、社会学、建筑学及科研价值,通常包括建筑物、机械设备、生产场地、实物样品以及与工业相关的社会活动场所等,是一个国家、地区、城市历史文化的重要组成部分。近年来,工业遗产游在多地兴起,其通过对本地工业文化遗存的保护和再利用,为游客提供了丰富的文化记忆与情绪价值,也让从历史中走来的工业遗产焕发了新的生机。北京798艺术区、首钢园、重庆鹅岭贰厂文创公园、四川东郊记忆景区……这些脱胎于工业遗产的工业旅游项目,一度成为网红打卡地。不过,也有不少经过改造的工业遗产景区仍处于“养在深闺人未识”的状态。

工业遗产游何以“冰火两重天”?一方面,是开发模式有限带来的体验感趋同。当前,工业遗产开发模式主要包括博物馆展陈、建设遗址公园小镇、借址开展节庆会展等。有的地方在开发过程中对自身的优势和特色挖掘不够,为图省事照搬“别人家”的模式,个别设计机构甚至推出“万能模板”开发策略,将工业遗产景区的打造变成了“流水线作业”。如此,游客难免审美疲劳。另一方面,是对工业遗产的价值挖掘不够。工业遗产不仅承载着城市记忆和几代人的情怀,而且见证着中国工业文明的建设和发展。一些工业遗产景区并未深入研究相关历史和资料,而是单纯依托机器、厂房等硬件设施和空间场景来吸引客流。实际上,讲好工业遗产背后的故事、增强互动性和沉浸式体验等,让游客与工业遗产形成更深刻的情感联结,才更有可能形成口碑效应,拥有“独一份”的吸引力。

作为工业旅游的重要组成部分,工业遗产游不仅是保护工业历史记忆的有效手段,更是激活存量空间、推动产业转型升级、丰富旅游市场、促进区域经济社会可持续发展的有力

引擎。作为一种文旅新形态,其发展需要一定时间的探索和积累,公众也需要一个了解、接受的过程。

发展工业遗产游,各地不妨从已经“出圈”的景区中找找灵感——宁夏一家逐渐荒废的煤矿小镇,近年来成功转型为影视拍摄基地后,成为工业旅游的重要目的地;北京首钢园区聘请熟知工业流程和遗址历史的原厂职工为游客进行讲解;唐山开滦国家矿山公园的“井下探秘游”研学项目预约火爆……每个景区的具体做法各异,但万变不离其宗的,是通过创意改造、科技赋能和多元业态的融合,将工业“锈带”转化为兼具文化深度与消费活力的文旅“秀带”,让工业遗产游既有意境又有趣。

从特色小镇游、红色景点游,到高校研学游、工业遗产游,近年来文旅市场上可谓“百花齐放”,有的也经历了“成长的烦恼”。回头看,每一个“经历风雨、看见彩虹”的故事,或许也是一份“破题秘笈”——在尊重旅游业发展规律的基础上,运用现代化经营管理方式,因地制宜、求新求变,才更有利于形成“人无我有、人有我优”的竞争优势,让每个香饽饽都持久飘香。

G图说

漂 移?

据《南方都市报》报道,近日,有网友发视频称,多名游客驾驶车辆在新疆赛里木湖的草地上行驶,“不仅碾压草场,还在草地里漂移”,引发关注。景区工作人员表示:“相关部门已进行处理,不可在草地上开车。”

在风景如画的草地上开车漂移,对于车內人而言或许是惬意的体验,但从周边其他游客喝止其行为来看,显然,多数人心中对自然有敬畏、对规则有遵守。遗憾的是,总有少数游客置身美景时忘乎所以,自己怎么开心怎么玩,全然不顾基本的文明素养。比如,有的游客为了拍照好看,随意采摘花朵、踩踏草场,导致植被受损,草地出现斑秃;有的游客为了烧烤方便,在高山草甸上挖出大坑,导致生态遭到破坏等。对类似不文明出游的行为,我们除了感到遗憾、愤怒外,很多时候还可以制止——文明的沃土是由每一个人涵养出来的。

赵春青/图 嘉湖/文

“黄牛”盯上“国补”? 灰产业链条亟待切断

陈丹丹

据澎湃新闻报道,近日,有在校大学生反映称,一些“黄牛”以代购赚钱为诱饵拉大学生入群“代购”,实际上是利用大学生的国家补贴名额购买手机、电脑等国家消费补贴产品,并转卖牟利。领取国补和平台补贴后,部分产品可以减免200元至700元,而大学生完成一单可以获得50元至100元的红包,“剩余的差价就被这些黄牛给赚了”。

此类乱象背后,一条完整的灰色产业链正悄然形成。据报道,一些所谓的“撸货黄牛”通过网络、校园等渠道大量找学生代下单,拿到货后再卖给实体档口赚差价,而这些产品最终会从档口流向电商平台等渠道,更换包装后重新上架,进行二次销售——利用年轻学子的涉世未深,不法分子层层套利。

“国补”政策的初衷在于提振消费、惠及

民生,为我国经济持续回升向好再加一把力。在需求端,消费者既能拿到实打实的购物优惠,又能获得消费升级的切实体验;在供给端,消费活力的增强可以带动生产和投资,并在一定程度上推动产业升级。某电商平台数据显示,截至今年4月,该平台国家补贴已覆盖全国29省,手机等品类成交额同比增长超过120%。这充分印证了“国补”正在激活消费“春水”,畅通经济循环。

然而,伴随着“国补”的持续推进,市场上也出现了一些不和谐音符。除了盯上大学生“国补”名额外,一些“黄牛”通过虚拟定位、爬虫编码、外挂软件等技术手段骗取补贴,作案手法更为隐蔽,打击难度陡增。更有甚者,与平台内部人员勾结,通过虚构订单等方式“监守自盗”。此类行为频发,将导致“国补”的效果大打折扣,挫伤公众对惠民政策的信任,而黄牛手中的产品以低价流入市场,也会冲击正规渠道,搅乱市场秩序。

从法律层面上来看,利用他人的“国补”资格购买商品牟利,可能涉嫌诈骗罪。即使其行为未被定罪处罚,也可能被公安机关依据治安管理处罚法进行处理。对于大学生来说,信用档案上的污点很可能成为未来人生路上的“绊脚石”,切勿为蝇头小利铤而走险。

根治“国补”套利乱象,亟待增强治理力度。针对“黄牛”团伙不断更新的犯罪手法,可通过大数据监测异常交易,强制刷新IP地址、限制高频下单等方式进行规制。此外,要加强对“国补”政策的宣传和解读,让消费者充分了解政策的适用范围和申请流程,切实享受到优惠的同时,避免成为“黄牛”产业链上的一环。

从补贴的领取,到优惠的使用,再到货品的签收,有关方面需构建全流程监管机制,确保“国补”落地的每一环节都透明、公平、可回溯,最大限度遏制“钻空子”的行为,让惠民政策真正落到实处。

快速发展之下,很多城市的公交车正在被边缘化。有的公交车长期空空荡荡,仍然绕着城市一圈又一圈。因此,公交服务如果不能与时俱进、提档升级,从“大水漫灌”转向“精准滴灌”,就很可能被时代落下。

当然,除了理念的升级之外,公交服务的优化折射出智慧城市建设的成效。据报道,重庆响应式公交采用自主研发的智能载客公交算法,通过大数据分析和云计算技术,综合乘客定位、目的地方向、周边公共资源分布、实时路况、运行能力等信息,为乘客快速匹配附近顺路、用时最短的车辆,由后台系统为司机规划路线。面对多样化的出行需求,没有科技“狠活”,是难以保障市民“打”个公交就走的。从这个意义上讲,“响应式公交”值得借鉴,保障其有效高速运转的系统性思维也蕴含启示。

未来,我们期待更多城市的公交车对齐公众出行“颗粒度”,以“公交车的票价、网约车的体验”服务于市民出行;我们也乐见各地的公共服务多些“以人为本”,将服务做到百姓心坎上,真正实现“城市,让生活更美好”。

张婧

以“职业水军”虚构减肥奇迹、用批量刷评制造消费陷阱……据《北京商报》报道,近日,北京市市场监管局对北京某生物科技有限公司开出10万元罚单,成功查办全国市场监管领域直播电商“职业弹幕人”首案。北京市市场监管局方面称,本案适用《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条与《网络反不正当竞争暂行规定》第九条,首次将“直播刷评”行为纳入“编造用户评价”的执法框架。

“职业弹幕人”是指通过操控虚假账号或者雇佣“网络水军”,在直播、短视频等互动场景中批量发布事先写好的话术评论,虚构产品功效、用户评价或交易数据,来误导甚至欺骗消费者、制造虚假流量的黑灰产从业者。

激情互动弹幕0.5元/条,假扮粉丝提问2元/条,制造“手慢无”氛围5元/次……当消费者看到满屏“已买三套”“效果绝了”的呐喊,自然会燃起购物热情,又有几人能想到,这竟是一场精心导演的戏码。

随着电商经济的蓬勃发展,网络空间的“群演”和“捧眼”层出不穷。从早些年的刷屏炒信用,店铺雇佣兼职人员虚假交易,提交好评和买家秀;到后来的“好评返现卡”,商家用几元钱就能买下一条五星好评;再到如今搅动气氛的“职业弹幕人”,虚假营销的手段不断升级,消费者对电商的信任度则不断下降。

国家统计局数据显示,2024年,平台接收直播带货投诉举报40.2万件,同比增长19.3%。其中,社交种草类直播平台同比增长3倍,短视频类直播平台同比增长48.8%。

近年来,为了规范电商平台,整治虚假宣传,我国相继修订、实施了多部相关法律法规,各大平台也纷纷出台管理办法,对于违规操作的商家给予停播、注销账号等处罚。此次查办直播电商“职业弹幕人”首案,也给相关各方敲响了警钟,警示广大网络交易经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息。

多方协力下,电商虚假宣传仍然屡禁不止,其背后包含监管难度大、惩戒力度弱、商家利益驱动等多重因素。可以预见的是,当前甚至未来很长一段时间,电商平台仍然是我们重要的消费场景之一,面对日趋规模化、隐蔽化的“职业弹幕人”产业,监管需要长出更锋利的“牙齿”,重塑风清气正的网络购物环境。

有关方面亟须在《网络安全法》《电子商务法》等法律框架下,进一步明确直播数据造假的法律定性,建立直播营销信用档案,将数据造假行为纳入企业征信系统,提高组织者、参与者的违法成本。平台作为第一道防线,应当通过话术捕捉、短视频取证等技术手段加强监测,改进流量分配机制,从源头上瓦解“职业弹幕人”的生存土壤。商家也要自我检视,把心思用在优化产品、提升服务上,而不是用尽手段强行留客。

10万元罚单落下,是终点更是起点。让“职业弹幕人”退场,只靠一次处罚还不够,要靠法律持续亮剑、平台刀刃向内、制度协同发力。直播间不该是“楚门的世界”,只有挤干数据的水分,让真实口碑成为流量的基石,平台经济才能行稳致远,真正实现“长红”。

当每一个点赞发自真心,每一条弹幕源于共鸣,这样的评论区,才配得上屏幕前每一个消费者的信任。

一本动辄上百元,别让童书成为孩子的“奢侈品”

冯海宁

记者近日走访北京多家书店儿童图书区看到,有不少童书包装非常精美,价格不菲。在书店采访30位家长发现,大多数家长都表达了市面上儿童读物价格太贵的观点。“每次带孩子来书店,不花两三百元很难走出来。一本书七八十元甚至100多元的很常见。”一位家长如是说。(见6月23日《法治日报》)

如今,童书市场呈现出“精美化”“高端化”趋势,很多童书封面封底都是硬壳纸,内页则立体、可触摸甚至暗藏机关,可以说有“形式大于内容”的趋势。虽说童书读者比较特殊,需要增加一些设计感来调动孩子的兴趣,其成本、售价略高于普通图书可以理解,但当下一些童书动辄百元,很多家庭存在购买压力。

童书之所以“高端化”,不外乎如下几个原因:其一,精美包装致使童书成本显著增加,只有定价高,才有利可图;其二,电商平台要求低折扣,倒逼出版商抬高定价;其三,市场上存在“低价即低质”的偏颇认知;其四,部分童书搭售玩具等商品,综合成本较高。另外,童书高定价也暗含一定暴利空间。

表面上看,孩子阅读“豪华童书”会有不一样的体验,实际上,任何图书都应该“内容为王”。反观部分童书,不仅内容极其单薄,总共只有十几页,而且存在对经典的异化和扭曲,如:睡美人变成了邪恶的复仇女巫,灰姑娘遭遇火刑成为了王子的陪葬者……这容易对孩子形成误导,不利于其三观养成。此外,某种程度上,童书的高定价恐造成儿童获取优质图书资源的不平等。还有,童书过度包装会造成资源浪费,这与“天价粽子”“豪华月饼”带来的问题有相似之处。

纠正童书的“高端化”倾向,有关部门既要引导童书市场多元化供给,也要鼓励出版“经适版”或“简约版”童书。童书出版商应当承担起社会责任,多在图书内容而非包装上下功夫。不能只看到童书“高端化”背后的利润,还要看到不少家长对童书“太贵”表达不满,将“经适版”或者“简约版”童书视为商机,让童书定价符合大多数家庭的消费能力,让教育资源惠及更多孩童。

严惩「职业弹幕人」,还直播间一片清明

社评

中国新闻名专栏

作为工业旅游的重要组成部分,工业遗产游不仅是保护工业历史记忆的有效手段,更是激活存量空间、推动产业转型升级、丰富旅游市场、促进区域经济社会可持续发展的有力引擎。作为一种文旅新形态,其发展需要一定时间的探索和积累,公众也需要一个了解、接受的过程。

6月22日《工人日报》的一篇报道聚焦当前的老厂房改造热潮,记者采访发现,近年来,工业遗址改造虽越来越多,“出圈”的却是少数。与山水风景游、文化名胜游等成熟的

“考后经济”升温,需答好“理性消费”考题

汪昌莲

结伴毕业旅行,配齐“电子三件套”作为奖励,驾照照增技能,运动健身塑形……据近日新华社报道,2025年高考落下帷幕,毕业生掀起了一股“青春洋溢”的消费热潮,火热的“考后经济”透出年轻人的消费新趋势。

“考后经济”的兴起,是青春释放的出口,也是消费市场对考生情绪的精准捕捉。高考结束后,旅游成为许多考生的首选,相关数据显示,6月以来,“毕业旅行”相关搜索热度环比提升三倍。此外,电子产品消费也迎来高峰,手机、电脑、平板等“大学装备”成为不少家长的奖励选择。同时,驾考培训、健身塑形、医美等“发展型消费”也备受青睐。这些消费行为不仅满足了考生们的物质、精神需求,更体现了他们对新生活的期待和规划。

然而,考生在自我奖励、发展爱好的同时,也应警惕过度消费和攀比心理的滋生。高中毕业生大多尚未经济独立,消费主要依赖家长,需充分考虑家庭经济状况,避免盲目跟风。例如,智能手机、笔记本电脑等电子产品,并非越贵越好,适合自己学习和生活需求的,才是最佳选择;旅行线路也可根据预算和兴趣合理规划,不必追求奢华。考生应明确需要与想要的界限,可制作一份消费清单,列出刚需和急需,避免陷入“过度补偿”的陷阱。

家长在“考后经济”中,也扮演着重要的角色。家长要保持冷静,帮助孩子评估消费的必要性,引导孩子树立正确的消费观,而不是无原则地满足所有要求,可以与孩子共同规划考后时间,将消费与真正的成长需求结合起来。此外,考生和家长在消费过程中,还要警惕商家的消费陷阱。例如,在报名旅游团时,要仔细阅读合同条款,明确费用所含内容;选择美容医美项目,务必挑选正规机构和有资质的医生,确保安全。相关部门也应加强监管,规范商家经营行为,保障消费者合法权益。

“考后经济”的火热,反映了考生和家长对未来的美好期许,也一定程度上拉动了经济增长。商家应珍惜机遇,提供质优价廉的产品,考生和家长也要理性消费、量力而行。唯有如此,考生们才能收获成长和进步,以更好的姿态迎接新的人生篇章。

何勇海

“就像打车一样随叫随到,送孩子上学、上班再也不用掐点赶车了!”6月,家住重庆市渝北区礼悦小区的居民体验了一把“打公交”的便捷。近日,重庆开通3660、3661等多条响应式公交线路。响应式公交不像普通公交必须按固定路线走,而是打破了路线和站点的限制,根据乘客的需求在特定的区域内灵活调整。(见6月23日《工人日报》)

此前,一些城市也曾推出响应式公交,只不过,其模式更像是“响应式停靠公交”,打破了“逢站必停”的规矩,公交车进站时,如果车

内无乘客按铃、站点无乘客等候,车辆将减速越站通过,以减少途中不必要的耗时,提升公交运营效率,让市民出行更加快捷,同时减少公交站点附近道路的拥堵。

而重庆此番开通的响应式公交,进一步突破限制,从“人等车”变成“车接人”,在乘客通过相关小程序选好上下车站点后,直接开到其预约的上车站点接人,并把乘客送到预约的目的。公交车像网约车一样随叫随到,让老百姓以乘公交的价格享受“打的”的服务,不仅提升了出行效率,某种程度上也重新定义了城市公共交通服务。

小车轮承载着大民生。“响应式公交”的创新背后,是城市治理正从“有没有”走向“好

不好”。正如一位重庆市民所说,“以前坐公交,有时候错过一班,要在站点等半天,风吹日晒雨淋,上班还容易迟到。现在不一样,出门就上车,几分钟就到目的地了”。城市的核心是人,城市治理的好坏要以市民的切身感受来衡量。公共服务只要肯在细微处下功夫,不断延伸触角,把人文关怀融入城市的每处肌理,就会换来群众的大拇指”。

优化公交服务,不只是为居民美好出行赋能,也是锚定差异化需求,提高公共交通资源利用率的需要。随着社会的发展,不少城市的面貌和交通路网不断完善,人们的出行需求更加多元,逐渐由“有车坐”向“高质量出行”转变。而在地铁、网约车、共享单车的飞

从“人等车”变“车接人”,响应式公交多多益善