

诗与远方深度融合 激发文旅消费澎湃活力

“五一”假期是文旅消费需求集中释放的一个时间段，多地积极整合特色文旅资源，文旅精品不断“上新”，在提升市场热度的同时，增强人民群众的文化获得感、幸福感。“诗”和“远方”更好联结、深度融合，不仅给游客带来新体验，也带动形成文旅市场新的增长点，为恢复和扩大文旅消费注入新的动力。

打造文旅新产品、新业态、新场景，释放文旅市场消费新动能。中央经济工作会议提出，“积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点”。近年来，我国文旅供给侧结构性改革不断深化，旅游与文化、创意、科技及相关产业结合形成的文旅深度融合成为大趋势，新业态、新模式、新供给加快涌现，推动文化休闲、旅游出行等需求集中

释放。

长安十二时辰街区在今年“五一”假期升级新玩法，巧妙地将全息投影、动态影像、智能交互等前沿技术融入唐风主题场景与演艺之中，为游客带来更有代入感的沉浸式体验。湖南雨花非遗馆举行“奇妙的民族非遗世界”亲子游园会，推出古法榨油、香囊制作、解鲁班锁、传统箭术等体验项目，吸引更多小朋友了解非遗技艺。“五一”假期，多地将演艺、非遗、文化遗产、地方美食等元素与旅游跨界融合，一系列新潮玩法不断“解锁”，推出符合游客口味的更多优质产品和服务，激发文旅市场更加强劲的活力。

消费是经济运行的稳定器、扩内需的重要动力源，也是经济增长第一驱动力。14亿多人口的超大规模市场、完备

的产业体系、要素禀赋总量优势明显，这是超大规模经济体具有的显著特征，也是中国消费潜力的动力源泉。

据文化和旅游部最新数据，今年一季度，我国国内出游人次14.19亿，同比增长16.7%；国内游客出游总花费1.52万亿元，同比增长17.0%。一季度，消费对经济增长的贡献率达到73.7%，对经济回升向好发挥了重要的支撑作用。着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用，需要继续把恢复和扩大消费摆在优先位置，充分发挥消费对实现全年发展目标的促进作用。千方百计增加居民收入，积极增加优质供给，把扩大消费和供给侧结构性改革有效结合起来，定能稳固消费回升态势、充分释放内需潜力，促进经济发展、助力民生改善。

发展旅游业是推动高质量发展的重要着力点。从年初的“冰雪经济”到春节期间的“年味经济”，再到“春日经济”，不管是探亲访友游、登山观海游，还是寻访美食游、亲子研学游，文旅消费的火热映射出人们对美好生活的期盼，彰显着文旅市场的生机勃勃。

当前，文旅市场加速回暖势头良好，进一步激发市场活力，关键在于加大优质旅游产品供给力度。《“十四五”旅游业发展规划》提出：“加强文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合、服务融合，促进优势互补、形成发展合力。”随着文化和旅游更广泛、更高层次深度融合，文旅消费需求不断释放，必将激发文旅市场更大活力，助力中国经济回升向好。

（据《北京青年报》）

“快评” “免赔10多万元瓷瓶” 彰显博物馆担当

5月2日，在山东淄博国艺馆文化艺术馆内，有孩子打碎了一只标价为116000元的华光陶瓷花瓶。起初，博物馆表示要按赔偿规定进行处理，但后来考虑到自身管理问题，决定免除当事人赔偿责任。广大网友纷纷跟贴点赞，称赞淄博博物馆的做法。

【点评】

诚然，游人也好，行人也罢，损坏文物、贵重物品和其他公共设施，无疑是要承担赔偿责任的。但凡事需要区别情况、分别对待。倘若管理者自身存在疏忽或过失，则不应将责任一概推给当事人，而应设身处地为当事人着想。即使管理者没有明显疏忽或过错，也要实施人性化管理，不能一斥了之、一罚之。

公共管理既有刚性，也有弹性；既是一种责任，也是一门艺术。以人性化管理感动和吸引社会大众，不仅彰显了担当，而且提高了知名度。

（据《扬子晚报》）

直播营销引流需规范

“镜头对着正在用餐的顾客，商家却躲在手机后面。”有网友刷到一家餐馆在网络上直播，画面中正在用餐的顾客完全不知情”。随后，她以“侵犯隐私”为由，举报了这家餐馆的直播间。如今，随着线上线下消费场景加速融合，消费者一不小心就“被直播”的现象很普遍。

一些商家未经消费者同意，擅自让消费者“入镜”，这种“被直播”行为不仅侵犯了消费者的肖像权、隐私权，还可能泄露消费者的行踪隐私、面部信息等，带来不确定风险。

对此，有关部门应及时出台相关指引，让商家直播营销在合法合规中有序开展。商家也要正确处理营销中自身利益和消费者权利诉求的关系，在直播引流等行为之前充分告知消费者拍摄的内容、目的、使用范围等，并征得消费者同意。相关平台要加大对直播内容的审核力度，建立快速维权的反应机制，针对相关侵权投诉，快速核实、快速处置，降低消费者的维权门槛和维权成本。（据《福建日报》）

节水护水从我做起 合力守护“生命之源”

《节约用水条例》5月1日起正式施行。《节约用水条例》是我国第一部全面规范节约用水的行政法规，为开展节水工作和地方实施节水管理等方面提供统一的基本依据，有利于推动建立统一协调、结构完整的节水法规体系。

我国基本水情一直是夏汛冬枯、南丰北缺、水资源时空分布极不均匀，人均水资源量约为世界平均水平的35%，用水效率与国际先进水平还存在一定差距。当前，我国水资源短缺形势依然严峻，水资源刚性约束不足，用水粗放、浪费严重的问题尚未根本解决，节水工作仍面临用水管理有待加强、节水措施有待完善等问题，需要采取有力措施切实加以解决。《条例》的出台，确立了我国推进水资源节约集约利用的法规制度，既是我国推动新阶段水利高质量发展的内

在需求，也是我国推动绿色低碳发展、推进生态文明建设、促进人与自然和谐共生的必然要求。

总体上看，我国人多水少，水资源时空分布不均、与生产力布局不相匹配，特别是我国水资源供需矛盾突出，资源性、工程性、水质性缺水问题在不同地区不同程度存在。破解水资源配置与经济社会发展需求不相适应的矛盾，是新阶段我国发展面临的重大战略问题。对此，“十四五”规划和2035年远景目标纲要对节水工作提出了明确要求：“实施国家节水行动，建立水资源刚性约束制度，强化农业节水增效、工业节水减排和城镇节水降损，鼓励再生水利用，单位GDP用水量下降16%左右”“坚持节水优先，完善水资源配置体系，建设水资源配置骨干项目，加强重点水源和城市应急备

用水源工程建设”。完成这些目标任务，任重道远，需要从实现中华民族永续发展和加快生态文明建设的战略高度认识节水的重要性，提高水资源利用效率，形成全社会节水的良好风尚，以水资源的可持续利用支撑经济社会持续健康发展。

节约用水非一朝一夕之功，需要全民参与，久久为功。节水是形成文明生产生活方式的基本需要，涉及农业、工业、服务业等领域，涉及单位、家庭、个人等用水主体，保护水资源、维护水环境是全社会共同的责任。以《节约用水条例》施行为契机，无论是生产还是生活，无论是观念还是行动，拧紧思想的“龙头”，自觉节约用水，才能激发内生动力，共创美好家园。

（据《北京青年报》）

国潮餐饮风如何能持续?

在河南洛阳，一比一还原白马寺等知名景点外形的文创蛋糕近期备受瞩目。这些蛋糕不仅凭借其精美的外形吸引眼球，更在细节中巧妙地融入对传统文化的深刻理解和传承。每款蛋糕都配备有书签式的“说明书”，不仅详细说明了蛋糕的用料和口味，更深入挖掘了每款蛋糕所蕴含的文化寓意和历史背景。

【点评】

当前，国潮餐饮正逐渐成为餐饮业一股不可忽视的风潮。它通过深入挖掘和传承中华优秀传统文化，使之与现代审美和技术进行融合，从而重塑了传统餐饮的面貌。这种融合并非简单的堆砌或模仿，而是在深入理解传统文化精髓的基础上，结合现代消费者的需求和喜好，进行富有创新性的设计和研发。无论是将现代设计理念注入传统糕点，还是利用现代技术还原古典景点的文创蛋糕，国潮餐饮都展现出了对传统文化的独到见解和敬畏之心。

当然，国潮餐饮也面临一些挑战。如何在保持传统文化特色的同时，满足现代消费者的多样化需求？如何在激烈的市场竞争中脱颖而出，成为国潮餐饮品牌的佼佼者？都需要餐饮企业持续创新，深入挖掘传统文化内涵，同时结合现代消费者的需求和喜好，推出更多具有创新性和市场竞争力的国潮餐饮产品。

（据《福建日报》）

莫让一时“好评” 换来诚信“差评”

近期，“男子买4600台手机刷好评4个月赚300万元”的话题冲上热搜。王某利用操控软件让机房里的大量手机刷评论、刷点赞、刷收藏等，让原本只有个位数的人气立刻暴涨，顺势吸引更多“野生”流量非法获利，最终以非法经营罪判处有期徒刑1年3个月，缓刑1年6个月，并处罚金5万元。

现如今，线上购物逐渐成为人们的主流购物方式，来自其他消费者的使用体验和评价已成为指引消费者选择的重要参考。然而，网店中整齐划一的“优质好评”，“种草社区”“试用笔记”的高赞点评，直播间的爆棚人气却成为一些商家不择手段诱导消费者“入坑”的渠道，干扰消费者做出合理选择。

根据有关方面统计，截至2023年底，我国网购用户超过了9亿人，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的27.6%。与此同时，相关诉求也快速增长，2023年全国网络消费诉求占全部诉求的56%，超过一半，成为影响消费者获得感的重要因素。

在“酒香也怕巷子深”的海量信息时代，商家也意识到数据对于加强市场竞争力的重要性，利用“刷”出来的好评、高赞和虚假消费，制造假象，提高店铺信誉，从而诱导消费者难辨真伪，扰乱正常市场竞争秩序。

我国电子商务法、反不正当竞争法等法律法规均明令禁止“刷单”、买好评等虚假交易问题，并规定了相应的法律责任。针对刷单炒信、虚假宣传等不正当竞争行为，相关部门一直在持续加大打击整治力度。近日，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》已正式发布，其中规定经营者不得虚构交易信息、经营数据，不得篡改、伪造、隐匿用户评价等，防止欺瞒、误导消费者。（据人民网）



网络虚假购物诈骗

在二手电商平台上购买心仪的商品时，对方要求在平台外下单购买，你是否会为了“顺利交易”而听从卖家的“建议”？近日，福建厦门警方公布了一起网络虚假购物案例，为抱有侥幸心理的买家敲响了警钟。

新华社发

薅酒店羊毛合不合适？ 还得看契约

从丽思卡尔顿酒店退房时，可鱼（化名）看着被固定在墙上的大瓶洗浴用品陷入了沉思。以往酒店，她都会将酒店的洗浴用品小样装进行李箱带走，而这次要薅酒店羊毛却没那么容易。于是，她喝掉吧台上的三瓶矿泉水，然后将洗发水、沐浴露、润肤乳一点一点地塞进空矿泉水瓶里。全部塞完后，她感觉自己大拇指已经麻木了。不过，一想到薅走的洗发水在电商平台要100多元一支，她觉得这一切都是值得的。

【点评】

严格地说，消费者未经酒店同意，把这些消费品顺走，涉嫌偷窃。对于酒店免费提供的小件用品，如果酒店通过合同、通知、声明、须知等方式明确反对消费者带走，消费者也不应带走。如果酒店将一些大容量洗浴用品等通过某种方式固定，用实际行动表明不愿让消费者带走的意思，消费者也不宜通过分装等方式薅羊毛。若酒店未明确反对消费者带走某些免费品，消费者就可以根据自己的需求大大方方薅羊毛。

需要提醒的是，消费者从酒店薅走的牙膏、牙刷、洗浴用品等免费品都包含在酒店的服务范围内，酒店有保障免费品质量和安全的义务，如果消费者薅的免费品是假冒伪劣产品，或因薅羊毛受到人身、财产损害，酒店应该承担侵权责任。（据《扬子晚报》）

带父母旅行“约法三章” 可以让旅程更开心？

“五一”假期，很多人选择和父母一起旅行。前几天，有个准备带父母旅行的网友发的一条视频火了，视频里，这位网友给父母约法三章，带着父母在镜头前宣誓：绝不“早知这样还不如在家躺着呢”；绝不“门票太贵了，你俩进去，我在外面站着”；看到好吃的直接买；早上不早起，旅游不急；开开心心出门，高高兴兴回家，坚决完成此次旅游计划。这个视频引起了很多年轻人的共鸣和效仿。

【点评】

现实中年轻人愿意带父母一起出去玩的不多，因为两代人消费观和生活习惯不一样，经常是乘兴而去，败兴而归，游玩归来后双方在各自的朋友前吐槽，都发誓再也不一起出去玩了。带父母旅游，子女觉得最大的冲突是消费，父母觉得最大的冲突是不尽兴，很多地方还没玩到呢，自己年纪大了不用买门票，机会浪费了很可惜。

旅途中争争吵吵，其实也是一个沟通的过程，双方在向彼此的世界靠近，父母通过和子女一起旅游近距离接触到年轻人的世界，潜移默化中会改变自己，而子女也更加了解了父母的思维方式，知道将来如何陪伴年迈的父母。不管旅游中有多少次不愉快，都会增进感情，而且将是永久的美好记忆，大约这就是和父母一起旅游的意义。

（据《南方都市报》）

让吃苦者吃香 优秀者优先

日前，全国总工会举行了庆祝“五一”国际劳动节暨全国五一劳动奖和全国工人先锋号表彰大会。据介绍，评选表彰先进个人、新就业形态劳动者以及各新兴产业的优秀代表。数据显示，今年获得全国五一劳动奖章的农民工为172人，占18.2%，比重再创新高。

全国五一劳动奖章由全国总工会颁发，目的是奖励在社会主义各项建设事业中作出突出贡献的劳动者。这项荣誉，含金量十足。翻阅名单，获奖者来自全国各地，既有铸大国重器守卫国家安全的守护者，也有开科研先河引领创新潮流的科学家。就此而言，农民工群体入选榜单，特

别是人数比重再创新高，充分体现了面向基层、面向一线、面向普通劳动者并向产业工人倾斜的原则，彰显了党和政府对基层一线劳动者的肯定和尊重。

当然，关爱不是偏爱。农民工群体是在我国工业化与城镇化快速发展中成长起来的新型劳动大军，已成为产业工人的重要组成部分。据统计，去年农民工总量多达29753万人，并且人数仍在持续增长，无论是智能手机、新能源汽车等先进制造业，还是快递、网约车、家政等现代服务业，都能看到他们奔波忙碌的身影。事实上，农民工群体中也不乏技术人才，他们与各行各业的能工巧匠、大国工匠，

共同为助力中国速度向中国质量转变、中国制造向中国创造飞跃、中国产品到中国品牌升级作出巨大贡献。

（据《福建日报》）