

景区周边“扎胎钉”频现 扎破诚信根基

□孔德洪

时值旅游旺季,“扎胎”与“扎胎钉”频现热搜。有游客自驾途中轮胎莫名被扎,景区周边“恰巧”有高价修车点;有民宿周边屡现“事故区”,背后指向特定救援车辆。这些小小的钉子,扎破的不仅是汽车轮胎,更是游客对目的地的信任与地方苦心经营的旅游口碑。(7月30日新华每日电讯)

“扎胎钉”的背后,藏着扭曲的利益链条。有人算过一笔账:补一次胎少则几百元,一天“接待”几单,收益远超正当经营。于是乎,路面成了“陷阱”,修车铺成了“收割机”,一些人靠着“守株待兔”的伎俩牟取暴利。

但他们算错了更重要的一笔账:眼前的蝇头小利,换来的是地方旅游的长远未来。这种“捡芝麻丢西瓜”的短视,背后是对旅游经济规律的漠视。游客或许会为一次补胎买单,但绝不会重蹈覆辙。就像有网友说的:“轮胎破了能补,信任破了难圆。”

“扎胎”成了热词,不只是个别商户的问题,更暴露了监管的短板。有游客反映,投诉后往往因“证据不足”不了了之;媒体调查发现,部分地区对“高频案发路段”缺乏有效监控,对修车铺的异常客流量疏于排查。不出事不重视、出了事轻处理的态度,客观上纵容了不法行为的滋生,造成对游客权益的损害。

旅游经济是“眼球经济”,更是“口碑经济”。游客的脚,就是最好的投票器。近年来,各地完善基础设施、挖掘文化资源、加大宣传力度,为发展旅游业下了不少功夫。但若在“最后一公里”让游客遭遇“扎胎”之坑、宰客之痛,前期投入再多也可能付诸东流。

整治“扎胎”乱象,必须跳出“一阵风”式治理的窠臼。技术层面要先行一步,在事故高发路段实现监控全覆盖,让不法行为有据可查。监管力度要持续加码,对景区周边修车铺、救援机构开展常态化排查,对“异常客源”“天价收费”等线索深挖彻查,形成“不敢为”的震慑。制度笼子要扎紧扎牢,建立旅游行业“黑名单”制度,明确扎胎宰客等行为的惩戒标准,让失信者一处违法、处处受限。更要畅通投诉维权的“绿色通道”,让游客的合理诉求有人接、有人办、有回音,用高效响应传递“游客至上”的温度。

旅游目的地的生命力,永远系于诚信。一颗钉子的分量或许很轻,却能称量出地方治理的精度。唯有守住诚信底线不松动、织密监管网络不松懈、厚植服务意识不懈怠,才能让每一位游客来得放心、游得舒心,让旅游经济在诚信的沃土上根深叶茂,持续焕发生机。

电商平台“成人奶嘴”热卖 “焦虑”不容忽视

□郭元鹏

深夜两点,27岁的陈薇又一次将安抚奶嘴塞进口中,屏幕微光照亮她疲惫的脸,也照亮了购物软件订单页面——这是她本月购买的第三款“成人专用安抚奶嘴”,单价198元。当前,电商平台上标榜“解压助眠”的成人安抚奶嘴正在成为新消费潮流。(7月30日红星新闻)

成年人借助安抚奶嘴寻求片刻安宁,这看似“幼稚”的行为背后,折射的是无处安放的情绪焦虑。面对销量攀升、热议不断的“成人奶嘴”,将其简单贴上“巨婴标签”或担忧健康风险,或许都偏离了重点。当一个产品成为群体情绪的集体出口,我们更应做的,是正视其映射的深层社会心理困境:成年人的情绪焦虑亟需被看见、被理解。与其嘲笑他们是“长不大的巨婴”,不如思考如何“纾解情绪焦虑”。

从指尖陀螺到解压玩具,从盲盒潮玩到各类“捏捏乐”,这些商品的走红逻辑如出一辙:它们成为现代人对抗高压生活的“情绪拐杖”。这些商品背后,是无数个“陈薇”在生活重压下对慰藉的渴求。他们购买的远非“成人奶嘴”本身,而是那份短暂的安全感,那份对“被安抚”的深层心理需求。

对此现象的简单批判,无异于隔靴搔痒。指责使用者“逃避现实”,往往忽略了职场内卷、生活重压下的个体无奈;放大口腔健康风险,却鲜少追问:为何人们甘愿承担风险也要抓住这根“情绪的救命稻草”?当“996”挤压了喘息空间,当人际疏离加剧孤独感,这些小小的“安慰物”,便成了情绪堤坝的一道脆弱防线。

成人之善需要在化解焦虑上用力。真正的理性与善意,应体现在对需求的积极回应,而非对形式的苛责。口腔专家建议的替代方案、心理学领域的情绪管理训练、数字疗法的创新应用……这些才是更具建设性的“成人之美”。它意味着:既理解成年人寻求情绪出口的正当性与现实困境,也致力于引导和赋能他们以更健康、可持续的方式与压力共处。毕竟,比起争论“该不该用安抚奶嘴”,如何构建一个能让现代人减少“需要被安抚”的环境,才是更根本的社会命题。

心理学家指出:当患者寻求安抚奶嘴解压时,实际是在表达未被满足的情感需求。因此,如其反对“成人奶嘴”,嘲笑“你是巨婴”,不如帮助特殊群体化解“情绪焦虑”:如何纾解真实的压力?如何改变职场内的内卷?如何打透心灵的热线?如何让“含着奶嘴的成年人”,不需要一个奶嘴也能轻轻松松?这无疑才是最该思考的问题。

借势聚力 文旅长红

□周培尧



中国晚报优秀专栏

据本报报道,今年上半年,我市文旅发展态势良好,文旅消费活力强劲,全市累计接待游客和游客旅游总花费继续保持两位数高速增长,其中外地游客占比达58.96%,同比上升6.06个百分点;省外游客同比增长33.6%。入境旅游人数及旅游花费实现翻倍增长,外国游客接待量增幅达135.3%,领跑全省。

我市文旅长红带动消费增长,而其中外地游客和外国游客的分量格外显眼,可以说,泉州文旅不仅开拓了新市场,也看到了新机遇。这一成绩的取得离不开政府和相关部门的高位谋划与凝心聚力,面对喜人的成绩,如何让增势变为优势,才是泉州文旅接下来要写好的“后半篇文章”。

首先,要守好文化家底,以质感提升共鸣度。泉州作为拥有深厚历史底蕴和人文魅力的“世遗之城”,在历史长河中积淀了千年的海洋文化、海丝文化、闽南文化,焕发出古典与现代的

双重光芒,不断提升表达方式,让这些文化变得可触可及,就能在以文塑旅、以旅彰文的同时,让外地游客把“到此一游”变成“多到此游”。

其次,要打响特色品牌,以差异化创造竞争力。泉州古城街巷纵横,文化古迹散布其间,可以说是最适合city-walk的城市,做好这一新兴旅游产品,不仅能拓展城市的旅游半径,也能增加消费的覆盖面。而打造世界遗产点游、博物馆游、非遗技艺体验游、民俗风情游以及工业游等,则能带动泉州全域旅游,串珠成线打造泉州文旅的“一盘棋”效应,从而以差异化产品塑造城市旅游新形象。

最后,要做好服务提级,以温度打造城市美誉度。旅游市场除加强交通、餐饮、住宿等全链条服务的优化工作外,还要不断借力数字化等各种手段提升服务质量。比如鲤城区推出的24小时旅游智能讲解助理——“AI游泉州古城”智慧旅游小程序日前全面升级完成,开启免费服务模式,带领游客沉浸式游古城。做好类似的服务就是最好的市场营销,说到底,也只有优质的服务,才能赢得市场更赢得口碑。

酒香也怕巷子深。泉州文旅要不断拓展市场广度与深度,不仅要想方设法把游客“请进来”,自己也要多

“走出去”。近年来,为更好地构建国际营销推广矩阵,泉州持续推进“十百千万海丝游”文旅营销工程。泉州文旅推介小分队除奔赴国内知名城市 and 高校外,还跨越亚欧大陆,奔赴法国、意大利等国家,开展一系列文旅推介活动,向世界展示了泉州的文化魅力和非遗风采,也向世界生动讲述“泉州故事”。在实施入境游三年行动计划后,泉州更是在日本、马来西亚、新加坡、菲律宾、阿联酋、美国等6个国家设立泉州文旅海外推广服务点。以愈发主动的姿态走出国门,让外国游客从对泉州的粗浅了解升维到文化认同,不断提升城市的文化感染力。

城市是文旅深耕的平台,也是文化展示的舞台。当下,城市文旅营销已经超越了传统景点推广的范畴,转而深入挖掘城市的独特魅力,打造独具特色的城市IP。泉州坐拥丰厚的文化家底与亮眼的文旅成绩单,更应借势聚力,持续活化利用世界遗产超级IP,唱响“宋元中国·海丝泉州”文旅品牌,不断把流量带来的经济效应转化为游客的价值认同。如此,文旅市场才能一路长红。



高铁上吃泡面

□本期主持:周培尧

近日,“12306回应高铁不要食用泡面的提醒”冲上热搜第一。有网友认为,因为车厢密闭,乘客在高铁上吃泡面,意味着同乘人将被泡面气味所笼罩。但现行《铁路安全管理条例》对泡面这类“有气味但不至于刺鼻”的食品,却未作明确规定。对此,您怎么看?

尊重选择 互相理解

①范华平:高铁上吃泡面不宜一禁了之。泡面实惠、方便携带,是很多人旅行的常备食物,倘若一禁了之,可能给部分旅客带来不便。因此,需要着重在疏导上下功夫。一方面,倡导旅客在高铁封闭车厢内尽量不食用泡面,确有需求,可引导旅客到餐车车厢吃。另一方面,铁路方面应不断优化服务,为旅客提供性价比比高、口味佳的“平替食品”。

②湖南林春:吃泡面完全是乘客的自由,现行《铁路安全管理条例》对泡面这类“有气味但不至于刺鼻”的食品,也未作明确规定。虽然高铁上也售卖快餐盒饭,很多列车上还可以点外卖,但往往价格贵且口味单一,泡面是老百姓经济实惠的选择。最重要的是,乘客还是要多些换位思考,在列车上尽量选择味道较小的食物,以免影响其他乘客。

③摇摇:高铁作为大众交通工具,承载着不同乘客的多样化需求。泡面属于便捷且经济的食品,能够满足多数旅客的饮食需要。高铁的公共服务属性决定了它需要兼顾不同群体的需求,不能因少数人的不适而完全禁止某种食品。与其一刀切地限制,不如倡导乘客互相体谅,比如在食用泡面时尽量缩短时间,或选择气味较小的品种。

侵扰他人 有失公德

④刚柔:高铁车厢密闭,泡面气味久聚不散,侵扰孕妇、儿童及敏感人群。虽相关条例未禁泡面,但其气味在狭小环境中持续扩散,实为无形侵扰,也折射部分乘客公共文明意识的不足。异味扰人非小事,当铁路部门呼吁难以奏效时,更需双向发力:一方面建议车厢张贴警示、广播强化提醒;另一方面乘客应尽量不食用气味重的食品,以换位思考彰显素养。

⑤仙水忍:高铁属于公共空间,乘客的权益应当维护,不能因为部分人的饮食需求而牺牲他人的乘车体验。如果放纵食用泡面,也可能导致其他有气味食品的泛滥,最终影响整体乘车环境。现行规定虽未明确禁止泡面,但铁路部门有必要进一步细化管理,与其依赖乘客的自觉,不如通过规则明确界限,比如限制泡面食用时间或区域,将此类影响尽可能降到最低。

⑥明天的我:封闭车厢散发出的泡面异味让多数人不适和反感,少数对气味敏感的旅客更是苦不堪言。所谓“己所不欲勿施于人”,与其硬性规定高铁严禁吃泡面,导致问题激化,不如进行柔性劝导,让旅客少闻一些异味,由“受害者”变成“受益者”,在良好示范的作用下,就能起到成风化的作用。

兼顾需求 多方解围

⑦上善若水:高铁上泡面的“刚需”地位,折射出高铁餐饮服务的短板。高铁快餐、盒饭往往价格较高,与几块钱的泡面形成鲜明对比。从经济角度出发,自然驱使乘客选择后者。要化解矛盾,不能仅靠道德约束,更需优化服务供给:可划定车厢连接处为“气味食品区”,或引入平价餐食竞争机制。文明出行既需乘客自律,也考验公共服务的精细度。

⑧湖北甘武进:要从根源上解决高铁上食用泡面引发的困扰,铁路部门要通过压缩成本,推出平价套餐,让多数乘客愿意选择高铁餐食而非泡面,也可丰富餐食供给种类,满足多样化需求,减少乘客对泡面的依赖。还可优化餐食供应方式,在车厢增设自助售卖柜,提供预包装热食、常温简餐等,或者支持扫码下单、座位配送,解决餐车流动售卖效率低、高峰时段供应不足的问题。

⑨梁子寅:要化解高铁上食用泡面产生的矛盾,关键在于实现更加精细化的管理和服。一、则,相关标准需要更加科学明晰,哪些属于浓重气味的食品不能笼而统之、含糊其辞;二、则,列车餐饮服务要跟上,比如优化餐食供应,推出更多分层定价的多元选择,引导乘客前往专门饮食区,减少气味干扰等。此外,不妨考虑运用技术手段,在用餐高峰时段,强化列车通风系统,提高空气净化效果。

下期话题

近日,上海市青浦区金泽镇一则环卫保洁招聘公告引发网友关注。公告中提到,此次招聘采用笔试和面试相结合的方式。有网友认为,招聘环卫保洁人员采用笔试是多此一举,会造成弱势群体就业更难。也有网友认为,通过笔试和面试,能更科学合理地选拔“最合适的人”。对此现象您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“笔试环卫工”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。

中央网信办



为进一步规范“自媒体”信息发布行为,按照2025年“清朗”系列专项行动总体安排,中央网信办日前决定在全国范围内启动为期2个月的“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动,从严厉打击恶意蹭炒误导公众、多种手段歪曲事实、不做标注以假乱真、专业领域信息不实等4类突出问题。

(新华社/文 视觉中国/图)

激活“内部吹哨人” 保障“舌尖上安全”

□吴志明



近日,市场监管总局正式上线运行“全国食品安全内部知情举报系统”,该系统旨在激活食品生产经营单位的“内部吹哨人”机制,畅通从业者及关联人员举报食品安全违法线索的渠道。这不只是一次技术层面的创新,更蕴含着深刻的治理理念变革,标志着我国食品安全治理从单向监管迈向多元共治的格局,其意义深远,值得高度肯定与期待。

长期以来,食品安全问题因其隐蔽性强、取证难度大等特点,成为社会治理的难点。尽管外部监管体系不断完善,法律法规日益健全,但监管部门与违法企业之间的不对称信息博弈,使得食品安全问题屡禁不止。监管部门人力有限,企业违法手段却层出不穷,而最了解违法线索的内部从业者却因种种因素选择沉默:他们身处食品生产经营第一线,拥有“近距离视角”的独特优势,却出于对职业报复、失业风险甚至人身安全的担忧,往往三缄其口。在此背景下,激活食品生产经营单位的“内部吹哨人”机制显得尤为必要。

新系统在多个方面展现出显著优

势:双轨举报模式,实名与匿名并行,匿名举报能全程加密,为吹哨人筑起坚固的身份壁垒,同时对打击报复行为作出严厉惩处规定,消除举报顾虑;与“全国12315平台”联动,确保信息传递的高效与保密。而闭环管理机制,全国统一接收、编码、分派流程,使得举报人可实时追踪进度,避免线索“石沉大海”。精准激励制度,最高达100万元的奖励标准,将从业者的道德勇气转化为制度性保障,激活吹哨人的内生动力。这些举措实质上是在为吹哨人撑起一把坚实的制度保护伞,将个体的道德勇气转化为可依赖的制度力量。

该系统问世,其深层意义远不止技术层面的升级,它深刻体现了食品安全治理理念的转变,激活了“社会共治”的潜能:从主要依赖政府“自上而下”的行政监管,转向构建多元共治的格局。内部从业者作为社会监督力量中最特殊、最有力的一环,他们的参与将极大延伸监管的触角,实现从“源头”到“终端”的全链条、无死角监督。当企业内部形成“人人都是监督员”的氛围,违法行为将无处遁形,这不仅能有效震慑潜在的违法者,降低食品安全事件的发生概率,更能倒逼企业加强内部管理,提升质量控制水平,从源头上筑牢安全防线。

从长远看,“内部吹哨人”机制有望催生食品行业的伦理革命。当举报成为常态,企业将不得不将合规经营

置于首位,行业竞争将从价格战转向质量竞争。这种转变与消费升级趋势相契合,最终受益的将是整个社会。更进一步说,这一机制的成功可能为环境保护、安全生产等领域提供范本,推动中国社会治理体系的整体革新。

当然,要让新系统充分发挥作用,还需持续完善相关配套措施,一方面,要加大宣传推广力度,提高食品生产经营单位和从业者对系统的知晓度,引导他们参与到食品安全监督中来;另一方面,市场监管部门要高效处理各类举报,及时化解风险隐患,并对举报信息进行深入分析,实现靶向治理。同时进一步加强与其他部门、社会组织以及媒体的协作,形成全社会共同关注、共同参与食品安全治理的强大合力。

食品安全是民生大事,新系统的上线,是织密食品安全防护网的关键一环。它不仅为“内部吹哨人”提供了发声的勇气和渠道,更彰显了国家对食品安全“零容忍”的坚定决心和构建社会共治新格局的智慧。期待这一系统能够充分激活“内部吹哨人”机制,让每一位知情人都能成为食品安全“监督员”,让食品安全隐患无所遁形,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。

