

景区周边“扎胎钉”频现  
扎破诚信根基

□孔德淇

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，换走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”，便成了情绪堤坝的这一道脆弱防线。

成人之美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？如何改变职场的内卷？如何打造心灵的热线？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



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，要做好服务提质，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和高校外，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区推广的范畴，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益转化为游客的价值认同。如此，文旅市场才能一路长红。



## 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人举报系统”，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。这不仅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，这不仅能够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。



## 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，也折射部分乘客公文明意识的不足。异味扰人非小节，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，就能起到风化的作用。

## 兼顾需求 多方解题

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化。

⑧湖北武进：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，提供预包装熟食、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务。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。