

多地景区对中高高考毕业生免门票

争抢游客大战开始

免门票等优惠政策密集推出

6月9日,四川都江堰、乐山大佛等景区发布针对2026年全国应届中考和高考毕业生的免门票优惠活动。其中,乐山大佛和都江堰景区分别从6月10日和7月1日开始实行中高考毕业生免门票,至暑期结束。

6月10日至8月31日,安徽省黄山市包括黄山风景区在内的9家4A级以上收费景区面向2026年夏季中、高考学生和2026年全日制大学及以上应届毕业生(含专科、本科、硕士研究生和博士研究生毕业生)实行门票免票政策(不含团队)。

6月10日,重庆多个区县也在高考结束之后发布针对2026年全国中、高考毕业生

的免门票政策。这些景区包括武隆大裂谷、奉节白帝城·瞿塘峡、江津四面山、云阳张飞庙景区等知名景点;景区对同行家属也推出不同程度的优惠政策。

湖北武当山针对全国应届中高考考生、大专及以上学历院校在校生实行门票通票免票,车票半价,索道双程票8折优惠,同时可携带亲属1至2人,享受景区门票通票半价优惠。另外,全国所有在校学生也可以享受武当山景区门票通票半价、车票半价优惠。

四川省导游协会会长、四川师范大学劳动和实践教育研究院院长陈乾康教授对第一财经表示,每年中考、高考一结束,旅游市

场上就火了。再过一个月,其他学校也开始放假了,不光是景区火爆,整个旅游市场的价格也会上涨。

他介绍说,寒暑假的国内旅游市场,中小學生及其家长带来的利润占到一半左右,甚至更多。这个市场非常大,带动性也非常强。

据陈乾康介绍,四川某景区曾经做过测算,去年假期期间针对中小學生实行免门票政策之后,该景区收入不仅没有下降,反而大幅增加。孩子免票但是家长不免票,再加上餐饮住宿等消费,使得整体收益增加。

学生旅游成为主攻市场

从落地效果来看,春秋假释放了大量亲子游需求。携程平台数据显示,浙江出发的秋假期间的亲子机票订单量同比增长314%。去哪儿旅行数据显示,2025年11月12日至16日秋假期间,四川省内景区门票总体预订量同比增长3.4倍。

陈乾康表示,旅游在转型,游客在转型,也迫使传统的旅行社、导游转型。以前那种团队模式效益并不是越来越好,游客可能也越来越少了。现在,很多家庭的消费越来越

谨慎,但对于孩子的花费,包括学生出去研学旅行、春秋假旅游,还是很重视的。学生旅游市场成为一种刚需。

据陈乾康分析,从整体旅游市场来看,学生市场有三个组成部分:一是学校组织的研学,被称为大研学;二是春秋假、寒暑假研学,这个叫小研学;三是寒暑假期间的亲子游,家长带着孩子出来走一走。“无论是旅游目的地还是旅游酒店、旅游景区,对他们都非常欢迎。”(一财)

高考刚结束,争抢毕业生游客的大战已经开始。目前,已经有多个省份、城市宣布在2026年6月至8月面向本届中、高考毕业生推出门票免费政策;考生携带准考证与身份证即可入园游览。一些地方甚至对家属和非毕业生实行半价优惠。

近年来学生市场越来越受到旅游行业的重视。从去年开始,学生旅游市场还被推到了新的高度,纳入到国家扩大消费的政策范围内。

去年9月,商务部会同国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、财政部、人力资源社会保障部、文化和旅游部、国家卫生健康委、中国人民银行等9部门发布了《关于扩大服务消费的若干政策措施》,提出“探索设置中小学春秋假”,此后全国多地实行春秋假。

仍有“心机商标”产品在售

中介协助规避审查

披着合法外衣 大玩文字游戏

“看到冷酸灵牙膏包装上的‘医研抗敏’,下意识认为是医学研发,有医疗效果。”广州的黄女士选购牙膏时,被一款“医研”牙膏所吸引。其他同分量牙膏仅十几元钱,该款“医研”牙膏价格为39.9元,比不带“医”字的贵一倍。

黄女士买完牙膏才发现,“医研”两个字旁标注了注册商标标志,产品包装背面的小字部分提到,“医研”二字“仅为注册商标,无具体含义”。

记者咨询冷酸灵官方客服,对方表示,“医研”只是商标,不是指医学研发。记者在商标网查询发现,该品牌申请注册了多个不同样式含“医研”字样的商标。此外,记者查询发现,该公司曾注册过“冷酸灵医研抗敏专效修复”商标,目前已显示失效。

为何牙膏要使用“医”字?专家介绍,广告法明确,除医疗、药品、医疗器械广告外,禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能,并不得使用医疗用语或者容易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。也就是说,牙膏宣传用语不能使用医疗功效的词语,但如果把“医研”注册成商标,即可“名正言顺”使用“医”字,也是变相对牙膏的功效打了广告。

记者调查还发现,一些商家将“儿童”字样注册成商标,再配以彩色包装、卡通图案,以更高的产品溢价诱导消费者购买。

佛山的吴女士告诉记者,厨邦酱油一款“小童零添加酱油”,产品外包装上有“小童”字样,瓶身较小,包装可爱。仔细查看会发现,“小童”两个字旁边打了注册商标标志,执行“GB/T 18186”标准,即普通酿造酱油国家标准。记者查询发现,广东美味鲜调味品有限公司还成功注册了“小厨邦”“小淘气”等商标。

记者注意到,今年4月底,国家知识产权局商标局官网中国商标网上线“心机商标”治理专栏,发布商标典型案例,并持续更新“已依职权宣告无效带有欺骗性”的商标名单。该名单包括“山里土”“大高个”“其他没了”等,同时,“小天才酷盖”“小米冰封散热”“美的省电王”“白象多宝袋”等被作为典型案例进行分析。

暨南大学法学院/知识产权学院副教授陈贤凯介绍,此类“心机商标”实际是一种披着合法注册外衣的视觉欺骗。商家在成功注册商标后,将其与商品名称、广告语等巧妙组合,通过字体、排版、颜色等方式诱导消费者,使其对商品质量、成分、产地等特点产生误解。

广州知识产权法院专利审判庭庭长黄彩丽表示,刻意利用注册商标进行引人误解的宣传,本质上是一种不正当竞争行为,“如果说这个商品事实上并不是100%原材料制作的,或者并不是零添加的,但是又增加了这种字眼,进行虚假或引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,可能构成虚假宣传”。

“心机商标”问题广受社会各界关注。对此,国家知识产权局、市场监管总局等部门高度重视,采取有力措施开展专项整治。国家知识产权局商标局官网还上线“心机商标”治理专栏,持续更新典型案例和无效商标名单。“风暴”之下,“手擀”“千禾0”等一批“心机商标”被集中清理。

但记者调查发现,仍有部分商家打“擦边球”,通过商标字体放大、注释隐藏等方式玩“文字游戏”。比如,本与医学无关的牙膏,凭借“医研”商标价格翻倍;使用“儿童”字样当商标,诱导消费者误以为是儿童专用……受访人士指出,这一行为透支消费者信任,破坏公平市场环境,也挑战了法律边界,应从注册审查、市场监管、信用惩戒等多端发力,斩断诱导消费者的隐形“黑手”,让商标回归本质。

“心机商标”让消费者困扰,也成为监管部门治理重点。

数据显示,自2023年以来,国家知识产权局已累计驳回误导性商标申请127.3万件,并对3351件已注册的商标依职权宣告无效。市场监管总局也联合国家知识产权局组织排查,发现疑似“心机商标”546件,并依法进行处置。

受访专家认为,此类“心机商标”频出,折射出当前商标注册和使用监管体系中存在的难点。

北京高文律师事务所律师商家泉等专家认为,现有商标审查标准虽对禁用条款有明确规定,但面对不断翻新的“心机商标”设计手法,如拆分关键词、模糊限定语等,部分审查规则未能及时细化,导致一些打“擦边球”的商标得以通过注册。例如,虽然“千禾0”和“壹号土”商标形式上符合商标注册要求,但商标实际不合理使用却引发了争议。

记者调查发现,一些代理机构以“包过”“内部渠道”为噱头招揽业务,甚



代理机构介入 加剧行业乱象

至主动为客户设计“心机商标”,协助其通过拆分、多类别申请等手段规避审查,部分机构还参与恶意抢注、囤积商标等行为。

“审查员在审查时,会对商标本身进行判断,但不可能预判到所有情况。”广州一家知识产权代理机构工作人员说,通过巧妙的文字游戏、图形设计或暗示性表述打“擦边球”,现有审查标准识别仍有难度。

黄彩丽表示,在具体案件中,部分商标代理机构明知申请人恶意注册商标,仍代为办理注册申请,认为该行为缺乏直接的法律规制依据,但事实上,已有案件生效判决将此类行为认定为帮助他人实施不正当竞争行为,判令代理机构与申请人承担连带责任,这也释放出对商标代理全链条从严监管的信号。

另外,跨部门协同监管机制有待完善。云南恒志律师事务所律师王洪分析认为,“心机商标”以“合法注册”为幌

呼吁细化标准 凝聚监管合力

读。建立多部门的常态化联合执法机制,细化“商标使用误导”的判定标准,明确商标突兀使用、模糊标注等情形的违法认定。

此外,陈贤凯等人还建议,应加强对商标代理行业的监管,建立行业黑名单制度,对协助打造“心机商标”的机构予以严厉处罚,并通过国家企业信用信息公示系统公示处罚信息,实现信用惩戒。建立企业诚信黑名单制度,将使用“心机商标”误导消费者的行为纳入信用档案,与市场准入、融资信贷、政府采购、品牌评选等直接挂钩,提高企

业违法成本。

对于企业而言,中国法学会知识产权法学研究会理事金泳锋指出,企业应加强自身的诚信建设,遵守法律法规,树立正确的营销观念,通过提高产品质量和服务水平来赢得市场和消费者的信任。

最后,加强消费教育,畅通维权渠道。金泳锋表示,应引导消费者在选购商品时,主动辨别商标标识与产品实际属性,提高防范能力,发起“擦边商标”专项治理行动,同时建立快速审查绿色通道,缩短处理周期,维护良好的消费环境。(经参)

“百亿补贴”并非真百亿 5家电商平台被约谈

本报讯 北京市市场监督管理局11日约谈淘宝(天猫)、京东、拼多多、抖音、小红书5家电商平台,通报平台“内卷式”竞争综合整治发现的第二批典型问题,主要包括促销活动虚假宣传、促销规则制定与公示不规范、商品经营者信息未公示等问题,并提出整改要求。

根据通报材料,2026年5月起,淘宝(天猫)平台在媒体和应用程序端广泛宣传“6·18百亿补贴”活动,但监管部门向平台了解,百亿补贴并非“6·18”期间平台投入了百亿资金补贴消费者,实际是一项长期的营销活动,平台多次拒绝提供本次“6·18”活动期间投入的实际补贴金额及平台、商家间的出资比例。平台未在显著位置公示“百亿补贴”相关活动规则,“百亿补贴”频道内部分商品未公示实际销售者资质信息。

京东平台推出“百亿补贴”“百亿农补”活动,但在规则中未公示促销期限,未明确投入的实际补贴金额及平台、商家间的出资比例,且无法提供证明材料。“百亿超市”未公示活动规则。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春指出,平台竞相开展“百亿补贴”,可能引发“内卷式”竞争风险,不利于行业健康发展。特别是非理性的大额补贴行为,不但扭曲市场价格机制,甚至个别平台规定补贴由商家全部承担,商家陷入不降价就没流量、降价就亏损的两难困境,利润空间被严重挤压,商家生存困难,阻碍行业创新和升级。多个平台在规则中单方免除在非不可抗力情形下的平台责任,加重了消费者风险。(中新)

欧洲央行加息25个基点

据新华社电 欧洲中央银行11日召开货币政策会议,决定将欧元区三大关键利率均上调25个基点,这是欧洲央行自2023年9月以来首次加息。欧洲央行还将欧元区2026年经济增长预期下调至0.8%。

欧洲央行当天发布公报说,自6月17日起,欧元区存款基准利率、主要再融资利率和边际借贷利率将分别上调至2.25%、2.40%、2.65%。

欧洲央行表示,中东战事正推升通胀压力,其对通胀和经济增长的影响将取决于能源价格冲击的强度和持续时间。考虑到相关风险及其对欧元区中期前景的影响,当前加息决定是适当的。

公报说,欧洲央行最新预测显示,欧元区整体通胀率2026年预计为3.0%,2027年为2.3%,2028年为2.0%。同时,欧洲央行将欧元区2026年经济增长预期下调至0.8%,将2027年和2028年的增长预期分别调整为1.2%和1.5%。

四部门部署实施 创业模式引领行动

据新华社电 记者6月11日获悉,人力资源社会保障部等四部门近日印发通知,决定实施创业模式引领行动,强化创业分类指导帮扶,引导各类创业主体找准市场需求定位,走特色发展道路。

通知提出,到2028年,支持特色化创业模式的政策体系不断健全,创业生态持续优化,创业主体更加活跃,实现“科技成果+创业”“产业发展+创业”“职业技能+创业”“民生需求+创业”四种模式引领作用进一步发挥,创业带动就业效应进一步显现,政府鼓励创业、市场引导创业、社会支持创业、劳动者勇于创业的氛围进一步形成。

科技成果转化方面,通知明确支持龙头企业、前沿领域高新技术企业领军人才和青年科技人才创新创业。支持和鼓励高校、科研院所事业单位科研人员通过离岗创办科技企业等方式开展科技研发和成果转化活动。建立常态化研发成果智能供需对接机制,培养壮大专业化技术经理人队伍。

产业创新发展方面,通知提出完善优质中小企业梯度培育平台。支持县域乡村大力发展配套产业和特色乡土产业,引导有创业能力的外出务工人员挖掘乡村资源要素优势,把适合的产业转移到县域乡村再创业、再发展,鼓励各类返乡入乡人员领办、创办新型农业经营主体,降低创业孵化载体入驻门槛。

职业技能提升方面,通知明确开发“职业技能+创业技能”特色培训项目,引导劳动者将职业技能转化为创业技能。开展梯次化的创业能力提升活动,培养一批技能创业带头人。挖掘培育技能型劳务品牌并开展标准化培训。

民生消费需求方面,通知提出聚焦发展“一老一小”普惠服务和适老化、适儿化改造,梳理照护托育、康复护理、上门服务需求,帮助创业者发现和选择适合的创业项目。打造社区工坊、便利店、菜篮子等多样化创业形态。依托街道社区闲置用房、老旧厂房等,设立“家门口”的“创业陪跑”空间,搭建手工艺制作、生活服务、小吃快餐、直播电商、个性化产品定制等微创业平台。