

维持城市热度，“宠粉”为何重要

刘晓宏

中国新闻专栏
之江观察

春意渐浓，最近，杭州街头又出现令人心生愉悦的“新鲜物件”——一辆色彩斑斓的194路“过山车主题巴士”。

想必不少人都曾体验过，乘车经过杨公堤路段的六座拱桥时，瞬间的失重感就像坐过山车一样刺激，引得乘客阵阵惊呼。在社交媒体上，不少网友也分享了坐194路公交车经过此路段的独特体验。杭州打造的这辆“过山车主题巴士”，从外观上看，车身上大片涂鸦童趣十足，憨态可掬的卡通人物在过山车上尖叫欢呼，“多巴胺”配色传递活力与欢愉。内景更是

“大有乾坤”，两排座椅中间的过道，被绘制成过山车轨道，更添几分真切感。车上还安装了两台分贝仪，让游客在体验失重感时，能实时看见欢呼声大小。“总想来西湖边坐一次杭州自己的过山车吧”“解锁西湖边隐藏游玩项目”……一时间，“过山车主题巴士”在社交媒体上连连走红，吸引不少游客特意来打卡体验。

从网友在社交媒体上的自发分享，到这辆定制版“过山车主题巴士”，一呼一应之间，得以洞见一座城市的“宠粉”姿态。正如一些网友所打趣的，“杭州，你是真听劝啊”；游客想体验“杭州版过山车”，主题巴士就应声而来；游客想体验公路版失重感，司机便在保证安全的情况下尽量满足大家；游客想在这几分钟里

“做回小孩儿”，车上便装了分贝仪让“欢呼”显得理所当然，主打的就是一个“有求必应”。虽然这些举措谈不上“大手笔”，但细微之处，透露出的是“不让游客的话掉在地上”的即时回应，更是“把需求落地成实际”的真诚行动。

而在小小的主题巴士背后，我们更应思考的是，打造和维持旅游城市热度，“宠粉”为何如此重要？

实际上，细看这两年轮番“出圈”的“网红”城市，不难发现，“宠粉”正日益成为城市走红路径中的重要一环。全民去淄博“赶烤”时，当地争相请外地人吃烧烤、送特产，力求不让任何人空手而归；哈尔滨大雪纷飞时，南方的“公主王子”们要什么，当地就恨不得掏心窝子给什么……道理其实很简单，当下，快乐是“刚

需”，也是一种生产力。随着经济社会发展和大众需求层次的升级，人们更愿意为“体验感”买单，而最简单也是最高级的用户体验，便是让消费者感到满意与快乐。

在此背景下，我们说一座城市“宠粉”，实则反映的是其重视游客、善待游客、取悦游客的服务理念，是“以游客需求为中心”的公共服务意识，也是不断提升的旅游服务管理水平，这才是人们愿意纷至沓来又甘之如饴的重要原因。试想，同样都是花钱旅游，谁又不愿去一座“主打听劝”又诚意满满的城市呢？谁又不愿“花钱买份快乐”呢？

城市铆足了劲“宠粉”，游客再自发成为城市的“民间宣传大使”，如此便能达成游客有需求、当地就满足、游客更满意的正向循环。

耗资超800万元改建的高标准农田，两年后竟被挪作他用，覆盖上了大片的光伏板。近日，央视《财经调查》栏目报道，湖北省孝感市部分县市乡村一些基本农田被违规侵占，建起了光伏电站，引发舆论关注。

这次几个被曝光的县市，要么是全国商品粮基地，要么是产粮大县。当地为发展光伏产业，通过做农民工作，把农民的好粮田租赁给光伏项目。比如安陆市木梓乡建新村，在2019年刚刚花了800多万元完成高标准农田改造。一开始宣称要搞“农光互补”，但在实际执行中粮食产量只是以前的零头，农民收入也减少了不少。

按理说，基本农田特别是高标准农田必须严格保护，不得改变用途。然而当地通过偷梁换柱式的操作，改变土地性质，然后光明正大“栽”上光伏板。据湖北省孝昌县自然资源和规划局花西国土资源所工作人员表示，是“通过县里找省里，连片地把基本农田调出来，再把别的地方调成基本农田”。

速海涛

此事虽然发生在湖北孝感市，但是其中反映出一些地方在执行土地政策时钻空子的现象，具有普遍性警示意义。

“双碳”大背景下，太阳能光伏产业是新兴产业之一，“农光互补”也被证实为多产融合的能源发展路径，能够持续改善生态环境。但是，发展新产业，不能把主意打到“基本农田”上。再好的产业，也不能触碰红线。土地管理法第三十五条规定，永久基本农田经依法划定后，任何单位和个人不得擅自占用或者改变其用途。18亿亩耕地红线，是国家在农业生产和粮食安全领域所划出的节制耕地规划界限。当前，我国人多地少的国情没有改变，守住耕地红线才能在中国式现代化进程中“确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中”。

尤其需要警惕的是，偷梁换柱式的操作，在不少地方同样存在。利益驱动和错误认知导致一些地方通过各种变通办法，“合法”地让耕地非农化。此前就有全国政协委员指出：“一些地方搞‘狸猫换太子’，在城郊占了一亩地，然后到山沟里平整一块地用作平衡。城郊的高产地和山沟里的地质量差别很大，这种在耕地占补平衡上造假的做法十分危险。”这种行为更具隐蔽性，危害性也更大。

寸土寸金关乎国计，一垄一亩承载民生。中央对耕地保护历来高度重视，去年年底召开的中央农村工作会议提出：“要守住耕地这个命根子，坚决整治乱占、破坏耕地违法行为，加大高标准农田建设投入和管护力度，确保耕地数量有保障、质量有提升。”而《中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》，则要求严格落实包括改革完善耕地占补平衡制度、健全补充耕地质量验收制度等在内的“耕地保护制度”，确保国家粮食安全。再好的产业，也不能违反国家法规，违背中央的决策。各地要真正落实责任，把耕地保护政策不折不扣落实到位迫在眉睫。

演出门票退票不该这么难

士土绒

近日，一条“因爸爸去世去不了演唱会，售票平台退票要提供死亡证明”的求助帖引发关注。演出门票退票难的问题，再度引发热议。

据报道，广东娟女士（化名）发帖求助，自己花980元购买了3月17日某歌手演唱会门票，因父亲突然去世到不了现场，在演唱会的开演前几日申请退款时却遭遇重重波折。客服先表示：“退不了，直系亲属去世也不能退。”多次沟通下，又让她提交父亲已经去世的死亡证明，但随后竟又反悔：“有这些证明材料也不能退……”

这位女士的遭遇并非个例。在投诉平台上，已有多位网民反映类似情况，或因家人去世或因自己患重症，退票时均遭到该售票平台拒绝。

针对相关争议，该售票平台回应称：凡主办方明确支持退票的，会按照项目规则给予退票退款处理；针对不可退项目，亦会在演出售票页给予显著提醒。如用户确实有特殊情况提出退票诉求，平台也会尽全力沟通主办方协商。总之，一句话，想要退票没那么容易。

“购票一时爽，退票难上天”，尽管各平台的退票机制有所不同，但演出门票退票难却成为众多消费者的共同“体感”。去年8月，中国消费者协会公布了2023年上半年10大消费维权舆情热点，其中，线下演出退票难争议位居首位，多家票务平台被指退票措施不合理。那么，平台种种阻碍退票的规定是否涉嫌“霸王条款”？

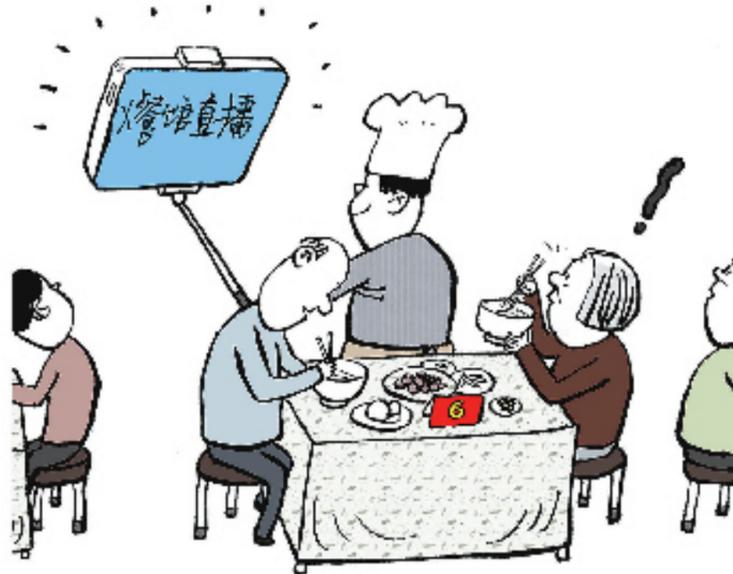
2023年9月，文化和旅游部、公安部联合印发《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》，明确演出举办单位“应当建立大型演出活动退票机制，设定合理的梯次退票收费标准，保障购票人的正当退票权利”。

此前，江苏省消保委也针对“退票难”现象发声：在实名制的情况下，消费者遇到特殊情况时可以选择退费，并根据不同时间承担不同费率的违约金。同时可推出“候补”机制，允许其他消费者按照购票时间依次递补。

目前，演出市场火热，一些热门演出一票难求，实际上成为了卖方市场。为打击“黄牛”，很多演出开始实施“强实名”规则。在这样的情况下，如果消费者因某种原因无法观看演出，又不能退票，就只能自己承担损失，“一经售出概不退换”的规则，对消费者的影响将更大。能不能退票、如何退票仍要根据不同情况，建立清晰透明的机制，不能任由商家说了算。

事实上，在开演之前申请退票，未必会影响票务的二次售卖。不妨参考火车票退票规则，建立起梯次退票收费标准，根据距离演出时间的长短和其他实际情况，设定不同的退票折扣，并明确告知消费者。这样，既可约束随意退票行为，防止“黄牛”肆无忌惮地囤票之后退票，维护经营者的利益，又能保护消费者的权益，体现双方的权责对等。

画中话



“引流道具”

日前，家住陕西省西安市的李女士向工人日报记者反映，最近家里的两位老人在一家餐馆用餐时被店家拍下视频，之后店家又在老人不知情的情况下将视频发到短视频平台上，让他们感觉很恼火。如今，不少商家运用直播开展引流和营销活动，但应该尊重消费者的肖像权、隐私权、知情权等，不能把消费者当“引流道具”。

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善