

将“春日颜值”转化为“经济价值”

王秋蕊

换装及妆造摄影等元素;贵州兴义世界地质公园核心区以油菜花田为背景,推出花田路跑、骑行田园等文旅项目;武汉市抓住春季赏樱出游时机,组织开展好吃、好逛、好玩、好购系列活动,为市民游客提供一场樱花消费盛宴……

从“春日限定”的美味享受,到“独此一家”的购物乐趣;从浪漫诗意的赏花之旅,到充满创意的国风体验;从活力四射的户外活动,到精彩纷呈的文化展览,各地都在积极探索“赏花+”模式,将赏花与餐饮、住宿、旅游、农业、体育、文化等产业深度融合,带动当地消费增长和经济发展。这些成功实践表明,要将“春日颜值”转化为“经济价值”,仅靠花海打卡拍照远远不够,关键在于立足自身特色,深挖本地资源,做好“赏花+”文章,为消费者提供独特而难忘的休闲体验。

当下,不少地区的“春日经济”仍停留在赏花看景的层面,业态不足、场景单一,甚至配套设施不完善、服务水平有待提高。要促进“春日经济”蓬勃发展,需从服务提升、产业延伸、场景创新等方面协同发力。服务升级,让游客“来了不想走”。交通、餐饮、住宿、如厕、停车等相关配套设施及服务水平,直接影响游客满意度和当地口碑。要改造提升景区配套设施、创新公共服务方式,用贴心高效的服务让游客宾至如归。如贵阳市贵安新区樱花季,不但专门开设4条樱花公交专线,还为旅行社团、公交车、观光车提供上下车接驳服务。产业延伸,让“一朵花”开出一条产业链。“春日经济”涵盖衣食住行,应探索将传统的赏花观光扩展到特色农产品、特色餐饮、主题住宿、文创产品等多个领域。如我市松阳县以茶

为媒,培育了集观光、体验、科普、休闲、养生为一体的茶文化旅游新业态。场景创新,在沉浸式体验中将“情绪价值”拉满。因地制宜打造特色花海、精心设计旅游项目,将赏花与传统民俗、文化艺术、潮玩时尚、体育赛事等相结合,打造更多诸如“赏花+市集”“赏花+村跑”“赏花+非遗”等消费新场景、新模式、新玩法。同时,要注重走差异化和特色化道路,增强城市辨识度。

当前,大众更加追求文旅消费所提供的沉浸式深度体验、个性化情绪价值和高品质美学享受。“春日经济”建立在春天要“出门走走”的情感需求和“万紫千红总是春”的美学基础之上,有着得天独厚的发展优势。我们既要抢抓“春日经济”的流量红利,又要深挖四季资源,拓展全季节消费场景,推动本地经济“繁花”常开常艳。

别让“餐位费”成餐饮业“隐性刺客”

戴先任

商家以“餐位费”之名吃消费者的“霸王餐”,这样的现象在餐饮行业较为常见,许多消费者对此也是习以为常,而“餐位费”往往钱并不多,比如多为1元到几元不等,不少消费者对此也并不想计较,而选择默默接受。正因消费者的“容忍”,也进一步给了一些商家收取“餐位费”的底气。

根据消费者权益保护法的有关规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。商家强制收取“餐位费”,并不进行收费提示,是一种霸王条款,侵犯了消费者的知情权与消费选择权。

而餐饮商家巧立名目强制收费的乱象并不鲜见,不只是餐位费,还有餐具费、最低消费、包间费等,类似这样的一些“霸王条款”成了一些行业的潜规则,成了消费者一不留意就会掉入的消费陷阱。

不只线下餐厅会有各种隐性消费“刺客”,线上外卖平台点餐,也可能遭遇“包装刺客”。这样的隐性消费、强制消费成了

一些行业的“通病”,成了无良商家侵犯消费者权益的惯用伎俩。

湖南华容县一家餐饮店因收取消费者餐位费被处以2万多元的处罚,给所有餐饮商家都敲响了警钟,具有借鉴意义。商家吃消费者的“霸王餐”也要付出代价。需要各地相关部门积极行动起来,对餐饮商家巧立名目强制收费乱象要零容忍,要加大打击力度,加强对侵害消费者权益的乱收费行为的查处与惩治,增加无良商家的违法违规成本,倒逼商家善待消费者,对类似乱象还要进行系统治理、源头治理。

现在餐饮行业竞争日益激烈,商家强制消费,终究会有损自身长远利益,商家也要算好“长远账”,别为了一时利益自砸招牌。消费者也要增强维权意识,要对“餐位费”等“霸王条款”勇于说不,无良商家才不敢肆无忌惮。这就还要降低消费者的维权成本,畅通消费者维权渠道,增强消费者与商家的博弈能力。

别让“餐位费”成了餐饮业“隐性刺客”,别让商家再利用“餐位费”等幌子吃消费者的“霸王餐”。对各种强制消费要有“强制约束”。各方应对各种强制消费顽疾形成“整顿合力”,维护消费市场正常秩序,更好保护广大消费者合法权益。

括苍新语

“陌上花开,可缓缓归矣。”一千多年前,吴越王钱镠在写给夫人书信时,可能没有想到春日踏青赏花的浪漫传统习俗会催生出一个独特的经济现象——“春日经济”。又是一年赏花期,人们纷纷走出家门尽享美好春光,各地文旅也铆足劲头“以花为媒”推出一系列特色文旅活动,“春日经济”持续升温,为消费市场注入新活力,释放出经济回升向好的强劲信号。

上海静安在花田花林间融入了非遗市集、文化沙龙、民俗表演、华服



日前,我市出台《2025年丽水市加力扩围大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》,加力扩围推动大规模设备更新和消费品以旧换新。以旧换新激发着消费新活力,释放经济新动力。

制作 郑佳伦

“电商专供”不能变“电商专坑”

姚一欣

从卷纸尺寸缩水到洗衣液浓度降低,再到家电产品的型号差异……“电商专供”商品的质量“缩水”问题,正逐渐发展成为消费者投诉的重灾区。长期以来,部分消费品的货源线上线下难统一,不仅影响了消费者的购物体验,也在一定程度上扰乱了市场秩序,与消费升级的大趋势背道而驰。

所谓的“低价”实际名不副实。线上渠道具备运营成本低、快速便捷等特点,结合电商平台不定期开展各类促销活动,使得电商专供产品具备更高性价比。然而部分商家为了在价格竞争中占据优势,开始在产品规格、用料、工艺等方面做文章。诸如卷纸“瘦身”、羽绒服充绒“虚胖”、洗衣液

兑水等事件屡见不鲜,当企业将“电商专供”异化为质量分级的手段,所谓的消费选择权已沦为伪命题——消费者以为自己是在“低价”与“正价”间选择,实则是在“完整版”与“阉割版”中被迫妥协。

长远来看,有些“电商专供”变“电商专坑”,损害品牌信誉和消费者信任。电商平台打造的“比价系统”虽然短期内能够提升销量,却也在逐渐侵蚀电商产业诚信的根基。商家不再比拼产品质量,转而竞争如何用更低的显性价格参数吸引点击量。当消费者经过一番对比,误认为用“全网最低价”买到了品牌商品,拿到快递却发现存在“缺斤少两”“货不对板”“质量不一”等问题,他们不仅会对单一品牌产生质疑,更会动摇对电商渠道的整体信任,这种信任流失将行业拖入“低价陷阱”与“质量危机”的双重困局。

支持销售渠道多样化,但商品质量标准必须统一。建立数字时代的质量治理体系,可以从几方面着力:首先推行“全渠道强制披露”制度。无论是线上还是线下销售,同品类商品应该遵循相同的质量标准。对于确实存在差异的“专供”商品,要求企业明确标注线上线下商品的关键差异参数;其次,建立动态质量数据库,利用区块链技术实现产品溯源信息透明化;最后建立消费者反馈机制,

畅通消费者投诉举报渠道,及时回应消费者诉求和关切,通过消费者评价、投诉等反馈机制,对商品质量进行监控和评估。唯有将监管颗粒度细化到电商交易的每个环节,才能真正实现“线上线下同质同权”。

AI进校园带来智慧教育活力

余庆

近年来,随着科技的飞速发展,智能设备如机器人等逐渐走进校园,成为教育领域的“新宠”。这一现象,既是教育内容“接地气”的表现,更为学校的科创教学注入了前所未有的活力。

智能设备进校园,是时代发展的必然趋势。在当今这个科技日新月异的时代,教育必须与时俱进,紧跟科技发展的步伐。机器人等智能设备集成了人工智能、机械电子、传感器技术等多种前沿科技,将其引入校园,有助于让学生近距离感受科技的魅力,激发他们对科技的兴趣和好奇心。这种直观、生动的学习方式,远比传统的书本教学更能吸引学生的注意力,也更容易在他们心中播下科技创新的种子。

智能设备进校园,为科创教学提供了新的手段和方法。传统的科创教学往往局限于理论知识的教学和简单的实验操作,难以满足学生对科技创新的探索欲望。而智能设备的引入,打破了这一局限。以机器狗为例,它不仅可以作为教学工具,帮助学生更好地理解机械结构、编程原理等知识,还可以作为实践平台,让学生亲自动手进行编程、调试和操作,从而培养学生的实践能力和创新思维。

智能设备进校园,有助于培养学生的团队合作精神和综合素质。在智能设备的操作和实践中,学生往往需要分组协作,共同完成任务。这种团队合作的方式,不仅可以培养学生的沟通能力、团队协作精神,还可以让他们学会倾听他人意见、尊重他人想法,提高他们的人际交往能力。同时,智能设备的应用还涉及多个学科领域的综合知识,学生在学习过程中需要综合运用这些知识解决问题,从而促进他们的综合素质提升。

当下,智能设备引进进校园,为学校的科创教学带来了新的机遇和挑战。我们应充分发挥智能设备的优势,创新教学模式和方法,提高科创教学的质量和水平。同时,我们也要积极应对挑战,比如,如何确保智能设备的安全性和可靠性,避免对学生造成伤害;如何平衡智能设备与传统教学手段的关系,避免过度依赖智能设备而忽视基础知识的掌握等问题,确保其在教育教学中发挥积极作用。未来,相信在各方共同努力下,智能设备将成为推动学校科创教育发展的重要力量,为培养更多具有创新精神和实践能力的优秀人才作出积极贡献。

讲文明树新风 公益广告



最美丽丽水 文明同行

游遍天下山川
只留脚印一串