

# 只要有心，哪里都是最美的风景

### 话题背景

国家旅游局数据显示，今年国庆节、中秋节8天“超级黄金周”期间，全国共接待国内游客7.05亿人次，实现国内旅游收入5836亿元；零售和餐饮8天销售额达1.5万亿元。

国家旅游局调查显示，黄金周期间选择自己组织出游的受访者占总受访人数的54.3%，游客更注重旅游的品质。一些智慧出行服务让游客感受到了便利。人脸识别技术应用于火车站、高铁站；地图软件公司高德节前对全国高速拥堵的时间段进行了预测，帮助旅客更好地规划行程……



游客在北京天坛公园参观游览(10月4日摄)。 新华社发(陶治 摄)

## 科学理性出游 身心愉悦而归

刘选启(湛河区人大常委会)

针对国庆节、中秋节长假旅游“爆棚”现象，我们应该科学理性地看待，才能身心愉快地去旅行。一方面，国庆节、中秋节喜相逢，假期叠加形成8天“超级黄金周”，人们选择国内、国外旅游，旅游消费出现“爆棚”现象，总体上来说是一件好事。因为假日旅游有利于拉动内需，促进经济发展。另一方面，由于假日旅游是一种集中式、家庭式、组团式度假方式，极易导致旅游景区人满为患、价格上涨而服务质量下降等问题。旅游主管部门应引起重视，做好管理和引导工作，解决好“拥挤”等问题，让人们能够愉快旅游。

当然，对于节假日出游，我们也应理性，不盲目跟潮，一定要提前谋划，避开热点景区，选择远近适宜、没有去过的景区，或错峰出行，并及时调整行程路线和目的地，也许还能欣赏到没有欣赏过的自然和人文景观，从而实现旅游最本质的目的——愉悦身心。

## 就近出游也是不错的选择

鹿振江(平煤股份二矿)

住在城市里的人，整天生活在嘈杂之中，能到远离城市的风景区旅游一番，对身心健康十分有益。

国庆节、中秋节8天长假7亿多人出游，这说明人民生活水平持续提升。但旅游人数再创新高，给交通和旅游设施带来很大负担。

亲近大自然不一定非要去天南海北不可，也可以试试“土游”。“土游”是指徒步或骑车到市郊附近的山下、河旁、田野阡陌间访游。优点首先是路近，不需要赶车等船，且经济方便，带上少许食物即可出发，还可借妻带子，车铃铛一响，即入诗画中；归则几声吆喝，便可悠然上路，去易归不难。

特别是老年人，别在黄金周出游。人退休了，有大量的时间，什么时候出游都行，避开这个高峰期，不与年轻人争车坐、争景看，也为减轻交通及旅游设施压力作点贡献。

## 节假日旅游是一场“大考”

张进超(卫东区委巡察办)

近年来，随着人民生活水平的提

高，旅游人数不断增长，旅游业不仅是财政收入的一项重要来源，更是展示一个城市形象的重要方面。目前，很多城市都在创建“森林城市”“卫生城市”“文明城市”，节假日旅游是对这些城市形象的“大考”。如何迎考？笔者认为要从以下几个方面努力：

一、要提升城市承载能力。旅游人数的激增是对城市空气质量、交通承载能力、基础设施水平、旅游保障能力、应急救援水平等方面的考验，城市要提前准备，打牢基础，从而展示出良好形象。

二、要提升景区接待水平。自然风光千姿百态，人文景观各有千秋，各地的景区有各自的优势，比拼的主要是配套设施和服务水平。要知道，舒适的旅游体验才是吸引“回头客”的最好途径。完善景区的基础设施，提升安全水平，提高服务质量，是景区发展的必由之路。

三、要提升市民素质。游客来到一个城市，如果遇到市民闯红灯、机动车不礼让行人、随意丢弃垃圾、购物被宰等乱象，肯定会对这个城市很失望。礼尚的城市、有序的城市才是城市该有的形象，有关部门要从小处着眼，从细处发力，加强引导，持续提升市民素质。

## 各方都要做足功课

崔应红(鲁山县董周九小)

8天长假期间，旅游市场接待7亿多

人次，这得益于我国综合国力的持续提升和人民生活水平的持续提高，口袋里的钱多了，自然想潇洒潇洒，来一次说走就走的旅行。这是好事，既活跃了我国的旅游市场，又刺激了消费，盘活了经济。但我们也应看到，在基础设施、购物消费、服务质量上，旅游景区还有很多不尽如人意的地方。

如何缓解拥堵，让长假出游者能够玩得快乐？笔者认为，第一，景区要在开通网上预约售票的同时，一旦景区“超载”，及时通过网络、短信告知游客；第二，交通部门要充分利用微信、客户端等，实时公布交通运力情况，避免道路拥堵；第三，各景区要提前做好接待工作，制定切实有效的应急预案；第四，旅游、工商等管理部门要持续整治旅游市场，严防宰客、欺诈事件的发生；第五，游客也要做足功课，提前做好行程，最好能错峰出行。

## 感叹国家发展之快

田晓泉(卫东区委教体局)

黄金周7亿多人出游，这样的旅游形势，搁在前人，不敢想象。

上世纪80年代后期，我还是一名学生。一天，班主任忽来雅兴，带领全班同学去了一趟香山寺。当时香山寺院墙残缺不全，几间破旧砖舍透着道不尽的沧桑，游客、香客稀少难觅。哪像现

在，一片金碧辉煌，几群白鸽呈祥。

1988年参加工作后，我产生了一个梦想：“等工资高了，一定要出去看看烟波浩渺的大海。”如今生活条件好了，能去的地方太多了。抚今追昔，不得不感叹我们国家的发展速度之快。

## 错峰旅游舒适又便宜

刘勤(市第二高级中学)

今年国庆节、中秋节相遇得出大假期，除了走亲访友，想必很多人盘算着去旅游。但一想到往年“上车睡觉、下车拍照、大人脑袋袋、小孩看屁股”的旅游场景，游玩的心情就荡然无存，真是花钱买罪受；不游吧，心有不甘。我的一个朋友的做法值得借鉴。

节前的一个周末，朋友携老母亲和女儿去了鲁山一个景点。为了吸引更多游客，节前这个景点是免费的。初秋，景区景色秀丽，游人稀少。下山后，祖孙仨美美地在农家院吃了一顿，不足百元。临走又花了10元钱买了一兜野生的猕猴桃，酸酸甜甜，令人回味无穷。

朋友回来后说，避开旅游黄金时段，也不去所谓的名山大川，短途旅游也会有意想不到的收获。旅游是一种心情，只要有闲，哪里都是最美的风景。

## 与其假期出游看人 不如欣赏身边美景

张军停(郟县李口镇)

长假已经成为出行的噩梦：统一的放假时间、集中的旅游路线，使之成为一场精神和意志的磨砺。

“出游看人”的局面主要是因为假期时间集中，旅游景点承载能力有限，旅游资源分配不合理。笔者认为，处在如今的移动互联网时代，相关部门可以推出各景点提前预约的交流系统(如APP)，在景点承载人流量接近饱和时反馈至游客的终端上，从而引导游客错峰出行。有关部门要重视引导与培育，使得人们在假日里有多种休闲娱乐方式可选择。

我家在农村，长假期间我没有出远门，而是到附近的小景点游玩；帮助家里收获秋庄稼；或者宅在家睡懒觉、看电影，还约上朋友一起谈心。要度过一个舒适的假期，应该结合自身实际选择休闲方式，毕竟假期的目的是放松身心。



## 让假日出游轻松起来

国家旅游局数据显示，刚刚结束的8天长假里，国内旅游人数达到7.05亿人次，同比增长11.9%；旅游收入达到5836亿元，同比增长13.9%。数据会“说话”，这一持续走高的数据，从侧面反映出我国经济社会发展活力的增强。

的确，近年来，我国经济快速平稳发展，城乡居民收入持续增加，各项惠民举措进一步完善，人民群众的收入越来越高，生活越来越好。《人民日报》最近刊发的一篇文章称，在新的时代，比起金钱和物质，更重要的是精神层面的充实感。趁着长假，背上行囊，带上家人或朋友，一起出门走走，去一个陌生的地方，看看不同的风景，呼吸一下自由清新的空气，或增长知识，或放飞心情——这从根本上体现了人民群众在精神文化生活层面的需求在逐渐

增强，也是我们正努力奋斗的中国梦内涵的一部分。

长假期间，来一场说走就走的旅行，是许多人充实精神世界的好途径。然而，假期拥堵现象，又让人心有不甘。在外出需求不断增强的当下，如何休好假，是无数国人共同关注的话题。

交通拥堵是外出旅行首先要考虑的问题，也是影响旅游质量的重要因素。而再往深处挖，则是老生常谈的带薪休假制度。每逢节假日，带薪休假话题就会再次被提起。然而落实不力，带薪休假仍是纸上谈兵。希望有关部门能够采取更加积极有效的措施，将推行带薪休假制度路上的难题一一破解，促使人们毫无顾虑地错峰出游，从而避免长假旅游拥堵的局面。

(葵葵)



## 下期话题预告

## 高纸价能否“治愈”过度包装

近段时间以来，不少生产厂家和电商都在为“纸”发愁。国庆节、中秋节等节假日，产品销售迎来黄金期，但“疯涨”的纸价不仅抬高了成本，一些商家甚至面临着包装纸箱短缺的窘境。此前每到中秋时节，以月饼为代表的“豪华”包装常常引发人们的讨论。此番纸价的上涨，能否终结过度包装成为业内关注的话题。

商品过度包装现象不仅侵害了消费者权益，诱发社会奢侈风气，而且造成了资源浪费和环境污染。

近一年来，国内瓦楞原纸的价格暴涨了七成，纸板纸箱价格也普遍上调7%到30%。业内人士预计，此次市场波动远未结束，原材料还会大幅上涨，并可能造成原材料更加紧缺。不过，羊毛出在羊身上，当商家自行消化不了纸价价格上涨部分，其完全可以选择上调商品价格，把压力转嫁

给消费者。有包装企业坦言，业务量并未受到影响，“商家不大可能因为这点成本降低包装水平”。

过度包装之所以成为顽疾，关键在于两点。一是有利可图。消费者盲目追求“高端大气上档次”的商品包装。二是无章可循。目前，我国还没有一部专门针对过度包装的法律。

遏制过度包装，不能仅仅靠商家自律。在倡导健康消费观念和保护环境意识，引导消费者自觉抵制过度包装的同时，更重要的是通过立法规范包装行为，加大生产者责任，提高过度包装成本。

下期话题：高纸价能否“治愈”过度包装。欢迎参与讨论。

书面来稿请寄至本报专刊部。电子邮箱：baixinghuati@qq.com，请在邮件主题栏注明“话题”字样。截稿日期为10月19日。



## 严禁互联网机票的“捆绑搭售”

王庆峰

“超级假期”刚刚过去，一篇名为《一年100亿？揭秘“携程”玩人“陷阱”》的文章将机票“捆绑搭售”推至风口浪尖。据中国电子商务投诉与维权公共服务平台报告，众多旅行服务平台存在消费陷阱，在消费者不知情的情况下，“热心”帮忙勾选航空保险、贵宾休息室、酒店大礼包等付费服务项目，页面也不作任何明显提示。

在线订票“捆绑搭售”被诟病已久。这次引起网友热议的文章半年前就疯转过一遭，虽然数据难辨真伪，但其中的问题很多人遇到过。央视曾报道指出，机票“搭售”已成行业潜规则。今年5月，中国消费者协会针对某些在线订票平台发起调查，相关平台迅速回应整改，称已认识到不同产品定价、项目勾选操作、退款服务等存在问题。但据媒体后续调查，一些第三方购票平台非但没有改进，反而变本加

厉，将默认选项增加到三四项，甚至一些航企官方平台也存在这种违规行为。有鉴于此，民航局运输司发布《关于规范互联网机票销售行为的通知》，规定“在销售机票时不得以默认选项的方式‘搭售’机票以外的服务产品”。然而，“超级假期”中的诸多案例表明，不少在线订票平台仍有改进空间。

“捆绑搭售”并不总是没有需求，有时它也是一种合理的新型营销方式。在线订票为例，如果消费者有接送、住宿等需求，使用“搭售”优惠券有可能更为合算，但此种预设的前提，是销售平台要充分告知，由消费者自主选择。《消费者权益保护法》第九条、第二十六条明确规定：“消费者享有自主选择商品或者服务的权利；经营者应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用等与消费者有重大利害关系的内容。”民航局也规定：“应当通过清

晰显著、明白无误的形式将贵宾休息室、保险等除机票以外的附加服务设置为旅客自主选择项。”规定要落实到行动上，部分在线平台无视消费者权益，甚至拒以整改的原因，在于上述规定皆无提出对应惩戒方式，或惩戒力不足，而消费者不知该向谁投诉，在一定程度上揭示的还有监管缺位的问题。

如何顺应消费升级，使监管既能形成有效覆盖，又能体现出互联网时代的特点？可参考“提直降代”。以往，航空公司售票模式多是代销制，通过向代理商、网络平台商支付代理费进行。而互联网代销平台大打“价格战”，以“最低价”吸引消费者，导致票价低于航空公司成本价时，代理商、网络平台商就会在“退改签”和“捆绑搭售”上做文章。与此相对的是直销模式，消费者通过航空公司自有网站、手机客户端等购票。目前，欧美航空公司直销机票占据

市场60%以上，而我国仅为20%左右。2015年上半年，国资委向“三大航”提出“提直降代”目标：未来三年内，直销比例要提升至50%，直指将售票环节“扁平化”。当然，“提直降代”并非取消代理行业，较之直销模式，代销平台能实现集约式的比价、一站式的购物，但通过频繁的消费者投诉来看，是时候考虑转型升级了！

当前，随着越来越多在线旅游平台跟传统企业互联互通，我国在线旅游市场前景一片美好。数据显示，2017年上半年中国在线旅游市场交易规模约3532亿元，在线旅游市场规模呈现平稳上升趋势。对此，一些在线旅游平台应该意识到，既要发挥好优势，也要顺应好潮流。那些在票务代理上“玩猫腻”的行为，既不符合时代发展趋势，也终会失去消费者的信任。

(原载于《南方日报》)

## 600岁的故宫也可以“萌萌哒”

李思辉

10月10日，故宫博物院端门广场的故宫售票处正式摘牌，这是一件可以载入故宫博物院历史的大事。从此，故宫告别纸质实体票，全面实行网络售票，故宫门外排队买票的情景成为历史。

故宫不仅是一座博物馆，更是中华传统文化的代表符号、中华文明的标志性载体。从明朝永乐十八年(公元1420年)落成至今，故宫历经600多年的历史烟云，浓缩和承载着中华文明的厚重根脉。它就像一位历经沧桑的“老人”，经典、庄重且具有权威性。当它丢掉了拐杖，当起了“网红”，不断融入时髦的新技术，展现出“年轻人”的蓬勃朝气，自然让人耳目一新。

近年来，故宫着力改变严肃、古板的

面孔。早在2014年，古老的故宫就借助新媒体“赶时髦”——“故宫淘宝”在其微信公众平台发布《雍正：感觉自己萌萌哒》的微信小文，“萌萌哒”的雍正动画形象配上萌萌的文字，受到追捧，阅读量超过78万次。2016年，纪录片《我在故宫修文物》将有600年历史的故宫这一古老IP推上时代浪尖，变成年轻人喜闻乐见的“网红”。那些“朝珠耳机”“朕亦甚想你折扇”“故宫猫”等风趣幽默的文化创意产品，更是萌萌翻众人，成为淘宝上的畅销品。

讲起了段子，做起了表情包，开辟了声光电体验功能，开起淘宝店一年卖出十几亿元产品……故宫之变，带来的是观众关注度的高涨、喜爱度的提升、

参与性的增强。每一件文物都是一段活的历史，每一块瓷片都承载着历史的印记，故宫里陈列的海量文物展现的是几千年中国的器用典章、国家制度、科学技术的结晶。让古老的文明更加可知可感、可亲可近，让现代人与古老文明有更多“相遇”的机会，有更深入的了解、更深刻的感知，不正是传统文化与时俱进、不断迸发时代活力的需要吗？

文化的脉络承载着卷轴、瓷器、古建筑等文物之上，其生命力却在民间，在人们的认同里。老态龙钟、故步自封没有出路，以全球视野、时代眼光，不断与时俱进，不断贴近生活，民族文化才能更好地与时代对话、与世界对话，更

好地活在现代、走向未来。由此说来，故宫一次次“卖萌”，一次次成为令人追捧的“网红”，实际上是展示文化、传播文明的一种现实需要。“不但萌萌哒，而且典雅丰富；不但脑洞大开，而且心胸开阔；不但霸气十足，而且很接地气。”故宫“萌萌哒”的追求，代表的也是传统文化与时俱进的一种趋势和方向。

民族文化要薪火传承，古老文明要走向世界，必须处理好老与新的关系，以新的方式、新的手段，让收藏在故宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，诉说千年故事、绽放时代光华。

(原载于《光明日报》)



## 信用租房

日前，支付宝宣布首批在上海、北京、深圳、杭州、南京、成都、西安、郑州8个城市试水信用租房，有超过100万间公寓将正式入驻支付宝，芝麻信用分达到650分以上就可以免去租房押金。

业内人士称，这是“信用+租赁”的首次跨界合作，将给高信用的租客和房东带来更多红利，有利于建立多元、规范的住房租赁市场。

新华社发 程硕 作