



地域性大规模购物节特点就是以节兴商、以节聚势、以节促销。然而,不同于单纯的商业促销行为,地域性购物节往往由地方商务、文旅、体育以及各区县相关部门主导发起,目的不只是激发消费者购物欲望,更深层次的意义在于借助集中性节庆活动,优化消费供给、改善消费环境,拓宽享受型、体验型等服务消费模式,为消费者市场提供新动能。

——经济日报:《购物节不应止于“买买买”》

我们需要思考的不仅仅是这个消息本身,更需要思考的是我们对于财富、尊严的认知,14万元月薪买跪式服务的消息,无论真假都应批驳。

——钱江晚报:《千金买“跪”,平等底线不能越》

在信息日新月异的互联网,“一招鲜”能维持多久,终究是未知数。比如,那些率先打出特色古镇、独特街区的初代网红城市,有多少因为急于将流量变现而过度商业化,最终淹没在互联网的信息海洋里……这也说明,成为“网红”只是第一步,如何保持“长红”才是接下来的路。

大道至简,实干为要。而从“网红”到“长红”,考验的从来都是一个城市的综合实力。

——广州日报:《网红城市,如何“长红”》



## 【本期话题】

### “不正经招生指南”

“比较可爱,圆脸,显小”“有啥说啥,喜欢用表情包,能抛梗接梗等,不信可以加我微信”……近日,一则西北工业大学28岁女博导的招生指南在学术圈爆火,引起各方热议。你怎么看?

## 【议论纷纷】

◎微水四街 通观女副教授发布的“不正经招生指南”,没有发现一点“不正经”,只是没有“一本正经”而已。

◎孙建国 如此创新方式,自然抓住了受众的“睛”,吸引了学生的“心”,给很严肃的招生工作增添了乐趣,从而吸引更多的优秀学生报名,产生很好的招生效果。这么做,同时也让人惊讶:原来招生指南还可以这样“搞”出新意,“玩”出新招。

本期话题下期继续

# 用更优质的特殊教育 传递出城市温度

□刘曦

我国第一所由国人自办自教的百年特殊教育学校——南通特殊教育中心传来喜讯。从1993年至今,该校考取高校的残障学生达到212名。

(5月16日本报6版)

党的二十大对“办好人民满意的教育”作出专门部署,其中明确提出要强化特殊教育普惠发展。这不仅为残障人士擘画了未来可期的美好蓝图,也为从事特殊教育的人群释放了大有可为的发展信号。而对残障群体的态度,也是衡量一座城市温度的重要标志。

特殊教育既是“兜底教育”,更是“爱的教育”。因

为其特殊性,有漂亮的校园、整洁的教室还远远不够,更要有一支充满爱心的、高素质的园丁队伍。残障儿童是折翼的天使,只要像呵护自己的孩子一样呵护他们,做到“因人施教”“一人一案”,这些天使就能够创造更多惊喜和奇迹。针对有特殊教育需要的学生,做到科学规划,精心实施,努力让每一个特殊的孩子与正常的孩子一样,同在蓝天下,共享有尊严、有品质的教育,平等地参与社会生活。

毋庸讳言,做优做强特殊教育需要鼓励社会力量参与,相关职能部门要出台更多优惠政策,引导优质教育资源进入特殊教育领域。不仅针对青少年,高校

也应该增设特殊教育学院,同时不断更新并调整教学结构和内容,给学子探寻个人价值的机会。只有“将心比心”,深入细致地考虑他们的真正需求,发挥社会教育资源力量,方能更好地促进他们自力更生、反哺社会,进而实现人生价值。

幼有所育、学有所教、弱有所扶。教育成长路上,一个都不能少。给“折翼天使”们特殊的爱,为他们创造更好的学习、成长、康复机会,是一项解民忧、惠民心的暖心工程,也是实现全体人民共同富裕的应有之义。



## 江豚的幸福生活

近年来,我市认真贯彻落实习近平总书记关于长江大保护重要指示,坚持生态优先绿色发展,把修复长江生态环境摆在压倒性位置,沿江环境发生“沧桑巨变”。 周士俊画

# 共同答好“免门票”这道命题

□孙维国

5月15日,记者从市文广旅局获悉,为了让更多的群众充分体验到景区的文化内涵和优美环境,在“5·19中国旅游日”即将到来之际,我市多家景区设立了免门票开放日。

(5月16日本报7版)

景区免门票是指在特定时间内,景区选择对公众开放,并不收取门票费用。此举利民惠民,更深入地看也是景区摆脱门票依赖症的良好契机,对于促进旅游业发展有着重要而积极的意义。

门票收入一直是景区的重要经济来源。然而,长期以来,不少景区为提高门票收入而过度开发旅游资

源。与此同时,在许多景区门票价格日益上涨的情况下,门票回报效应却逐渐减弱,游客的消费意愿也相应下降。而通过免门票等方式,可以释放大量的淡季流量,激发游客消费需求,进而促进地方旅游业发展。

免门票及其背后的理念,是解决现阶段旅游产业存在问题的一个创新性的举措。但是,在强调景区摆脱门票依赖症的同时,也应该要确保景区的发展不受影响,才能使景区免门票可持续、常态化。

景区要摆脱门票依赖,就要努力寻找其他多元化收益渠道,在吃住玩等旅游消费环节上想办法。除了旅游产品本身外,景区还可根

据自身情况选择经营美食、纪念品商店、主题演出等多种互动性、体验式商业模式,既增加景区的旅游附加值,又吸引并留住消费者,让游客“留量”转化为消费“流量”。

除了硬件设施和其他的配套服务外,景区还要有自己与众不同且独特的品牌形象。通过广告宣传、试点新型旅游产品等方式,打造独具特色的品牌“人设”,推动景区从单纯依赖门票收益向提升整体品牌价值转变。

总之,免门票是一种非常值得倡导的旅游发展方式。景区摆脱门票依赖症,不仅仅需要管理方探索实践,也需要政府、社会和民众等多方合力共同破题。



## “好评返现”

昨天,崇川区市场监管局文峰分局决定对消费者举报某饭店“好评返现”立案查处。(5月16日本报8版)

### 此案具有警示意义

□周志宏

笔者以为,此案具有警示意义,对“好评返现”乱象就该依法亮剑。

首先,各路商家要增强法治意识。应充分认识“好评返现”的危害性,自觉坚守诚信经营、平等竞争和守法营销的商业原则,不要以小聪明、小伎俩诱惑和左右消费者对其商品的评价。其次,广大消费者要洁身自好。对“好评返现”宣传不迎合、不动心,不能为获取蝇头小利而“助纣为虐”、做违心“好评”。

另外,有关职能部门要积极作为、尽职尽责。应强化对线上线下市场监管,将“刷单炒信”违法行为纳入网络市场监管专项行动重点打击范围,予以集中整治。对“好评返现”之类的不法竞争行为,应发现一起依法处罚一起,让违法者付出应有的代价。

### 需要多方共同发力

□叶金福

这家饭店通过“好评返现”这种不正当竞争的方式,诱导消费者“好评”,既误导了其他消费者,更是扰乱了评价机制。因而,被市场监管部门立案查处,这完全是咎由自取,一点也不冤。

笔者以为,打击“好评返现”还需多方发力。一方面,监管要发力。市场监管、消保委等职能部门应积极承担起监管和查处的职责,对恶意的“好评返现”不法行为要给予“黑名单”“高额罚单”,甚至是“从业禁止”等处罚,让其付出应有的代价,倒逼其自觉遵守行业规则;另一方面,消费者要发力。消费者一旦遇到商家“好评返现”行为,应坚决说“不”,既不为商家利益诱惑作出虚假好评,又要积极向相关部门检举揭发,学会依法维权。

此外,要加强对商家诚信教育,要让商家充分认识到“好评返现”的危害性和违法性,自觉遵守诚信经营、平等竞争和守法营销的商业原则,远离“好评返现”不正当竞争行为。

只要监管和消费者形成联动,再辅以诚信教育,就一定能够有效打击“好评返现”不法行为,从而营造一个公平、健康、良性的消费环境。