

《网络交易平台规则监督管理办法》  
今年2月1日起正式施行

明确网络交易平台经营者不得利用平台规则，强制或者变相强制平台内经营者承担退款不退货等售后责任



商海观潮

铲除恶意“仅退款”毒瘤

林丽鹂

近日，河南濮阳冷冻榴莲商家“程大叔”为一笔190.71元的订单，两次驱车往返1600公里，自费约5000元，远赴山东德州追查恶意“仅退款”买家，翻遍垃圾桶找到包装袋却未见榴莲，于是报警。最终，“程大叔”在社交平台公开该事件行政处罚结果，当地警方查明违法行为人伪造榴莲内霉变图片骗取全额退款，依法对其行政拘留7日，并追缴违法所得。“千里追榴莲”引发全网对“仅退款”规则滥用的热议。

“仅退款”规则设计的初衷，是针对商品损毁、变质、腐烂、丢件、未发货、假货等情况，买家无法退货或退货毫无意义，商家允许其无需退回货物直接退款，简化售后流程，降低消费者维权成本。但现实中，“仅退款”会被一些人滥用。近期，江苏江阴市人民法院以破坏生产经营罪判处恶意下单“仅退款”2700多次的陈某有期徒刑一年六个月。“仅退款”被恶意滥用已经不是个别现象，需要从制度层面予以解决。

针对平台滥用“仅退款”规则，造成商户货款两空的突出问题，市场监管总局曾督促平台明确规则的适用范围和具体情形，保障商户正当权益。今年2月1日市场监管总局联合国家网信办发布的《网络交易平台规则监督管理办法》正式施行，明确网络交易平台经营者不得利用平台规则，强制或者变相强制平台内经营者承担退款不退货等售后责任。同时，市场监管部门聚焦平台经济领域突出问题，部署开展了约谈整改和排查整治，纠正“仅退款”“强制运费险”“全网最低价”等规则滥用、规则制定不合理以及执行不透明等问题。

更值得警惕的是，AI(人工智能)技术的迅猛发展让图像造假门槛大幅降低，以伪造图片来骗取“仅退款”事件频发，造假式索赔违反了市场中公平和诚实信用的原则，侵害了广大经营主体特别是中小商家的权益。面对AI技术带来的新挑战，平台还需切实压实主体责任，升级技术防控与审核体

系，建立物流信息、商品溯源数据、用户历史信用及行为模型等交叉验证机制，同时优化商家举证申诉通道，完善双向信用评价和个体失信惩戒体系。平台织密防护网、商家提升维权意识的同时，还需监管部门持续发力，建立跨部门数据共享平台，落实AI生成内容强制标识要求，对违规AI服务提供者与篡改标识用户依法处罚。

深入分析“仅退款”被滥用的问题，会发现更深层次的原因在于电商平台“内卷式”竞争。近年来，电商平台流量红利见顶，平台之间拼补贴、抢入口、争流量成为常态。一家平台通过“仅退款”吸引了更多消费者，其他平台便不得不及时跟进，虽然有的平台和商家苦不堪言，但是一旦陷入类似价格战的泥潭里便很难独善其身。

事实上，“内卷式”竞争没有赢家。于消费者而言，虽然短期获得“实惠”，但这种以挤压商家合理利润为代价的竞争模式，最终将反噬市场活力与消费者自身的利益。于平台而言，纵容恶意“仅退款”也将影响平台发展。回归到提升服务质量，推动技术创新，切实保护中小商家和消费者双方的合法权益才是长久之策。

经济活力离不开亿万中小商家和广大消费者的共同努力。期待监管牵头、平台主责、消费者自律、司法兜底，多方协同共治，铲除恶意“仅退款”毒瘤，促进电商生态持续健康发展。

新视窗·聚焦体验经济

夜幕降临，湖南长沙五一商圈里的小剧场宾朋满座，走出剧场的年轻观众又涌向周边夜市，手捧网红奶茶，在霓虹招牌下拍照打卡。这样的场景，在长沙屡见不鲜。

音乐节、剧场演出、文创体验成为年轻人群社交娱乐的“新刚需”，体验经济、社交消费等新模式悄然兴起。从梅溪湖大剧院的高端音乐剧到长沙草莓音乐节的摇滚狂欢，从五一商圈的脱口秀小剧场到博物馆的数字沉浸展，长沙正以娱乐社交为纽带，打造一座没有围墙的城市。

一张票根打通文体消费闭环

一张票根，能玩转一座城。4月，2026年长沙市“购在中国·首发长沙”青春消费季在长沙油脂厂·1936文创园正式启动，活动紧扣“首发引领、票根联动、大宗支撑、特色融合”四条主线，推出百场消费活动，发放千万元级消费券。

其中，“票根联动”模式成为显著亮点——购买长沙草莓音乐节门票的消费者，都将获得由政府统一配发的票根消费券包，可在市内各大商圈、餐饮、住宿等场所享受优惠，将大型演出赛事与日常消费场景有机对接。

“把票根留下来，别急着扔。”长沙市商务局相关负责人介绍，草莓音乐节等潮流IP也将通过票根联动，进一步激活商圈、餐饮、住宿等关联消费。近年来，长沙以文体活动票根为纽带，串联起餐饮、住宿、景区、商超等多元消费场景，成功将海量文体流量转化为实实在在的经济增量，打通“引流—留客—消费—复购”的文体消费闭环，为城市消费升级注入强劲动能。

事实上，长沙在“票根联动”上的探索早已先行。2025年“湘超”联赛期间，长沙创新发放“湘超票根优惠通享卡”，实现观赛、住宿、餐饮、景区、购物一站式折扣的全新模式。揭幕战5.5万人预约、门票5分钟即售罄，4万名观众涌入贺龙体育场观赛，长沙市还在全城商圈和社区共布局51处“湘超观赛第二现场”。比赛期间发放2025万元专属消费券，覆盖商圈、街区，打造餐饮、住宿、娱乐等矩阵，营造“周周有活动、场场有热度”的火热氛围。

“以前看完球赛就返程，现在一张票根能逛遍景区、吃遍美食，太划算了！”来自湖北武汉的球迷刘哲，手持“湘超”联赛长沙赛区门票票根，在太平老街多家餐饮店获得专属优惠。和刘哲一样，众多游客凭借文体活动票根，在长沙开启“一票畅玩”模式。

作为首批国家文化和旅游消费示范城市，长沙从“湘超”联赛试水，逐步延伸至演唱会、音乐节、电影等领域，打造“票根联动、全城让利、业态共融”的新消费生态，让票根成为消费“催化剂”，推动流量转化为城市长效消费。

小剧场激活城市文化生态

如果说“票根联动”解决的是“来了以后怎么消费”的问题，那么小剧场的密集布局，则回答了“来了以后去哪儿玩”的问题。

在长沙五一商圈，小剧场正悄然改变着这座城市的消费版图。海信广场文和友引入魔术表演，春天百货引入大笑脱口秀，黄兴南路步行街的笑嘛屋顶剧场将脱口秀玩出新境界，笑工场扎根天心阁打造“湘”味相声。悦方ID MALL购物中

你喜欢喝热水吗？当下，不少年轻人迷上了养生，在网上，各式各样的养生壶层出不穷，不仅要性能好，而且要美观、方便，提供审美价值。其实，早在5000多年前，新石器时代的古人也有类似的“爱好”，山东博物馆镇馆之宝之一红陶兽形壶就是生动代表。

镇馆之宝红陶兽形壶背后的故事

5000多年前古人如何烧水？

本报记者 王沛

即呈现红色。

由于红陶耐高温，也决定了这个兽形壶可以承担加热的功能。其四足直立，相当于支架，在肚底生火，可以煮水或温酒。

其实，就“能煮水”这一功能来说，红陶兽形壶还不是最早的。1万多年前的旧石器时代晚期，就已经出现“能煮水”的炊具陶釜。在大汶口文化时期，则出现了和现代“煮水壶”相似的陶鬲，红陶兽形壶是这种陶鬲的仿生变体：三足+流(嘴)+盥(把手)，可烧水、可倒水、可手持。

到夏商周时期，青铜器大量出现，金属的导热性远优于陶器，其中的青铜提梁盃是圆鼓腹，盖与器以子母口相扣，盖面有钮，腹上部有流和盥，盖上方还有一提梁，平底下承三足，已经非常接近现代的“煮水壶”造型，可能也用于温酒。

唐宋时期，茶文化兴盛，催生出专用的煮水器，比如唐代用鍍来煮水烹茶，常用生铁制作，也有瓷石和银制的，腹小巧而敞口，便于观水形、听水声；宋代以汤瓶为煮水、点茶器，材质以黄金为上，银、铁、瓷、石次之，瘦长的执壶形，口微敞、长

长沙打造城市消费新场景，从“网红流量”到“长红留量”

有戏又有“潮”

本报记者 杨迅



长沙发布支持“演艺新空间”的实施细则

在建设端最高可获50万元一次性补助  
在运营端最高可获30万元补助

力争“三年打造百个演艺新空间”

心已集聚6家小剧场，2025年观演人数突破10万人次，累计票房达750万元。这里已成为长沙剧场密度最高的商业综合体。

“小剧场颇受年轻群体青睐，票价在百元上下，如果再搭配周边的餐饮折扣，年轻人很容易为此买单，从而形成一条完整的消费链条。”长沙市天心区文化旅游体育局相关负责人表示，演出吸引客流延长停留时间，商圈则为剧场提供稳定客源，二者形成良性互动。

剧场带来的不只是门票收入，更带动了周边餐饮消费显著提升——周边3公里内餐饮消费实现了62%的增长，形成“吃饭+看剧+宵夜”的完整消费链条，周边餐饮营业时间普遍延长至凌晨。“过去游客来坡子街多是‘逛吃逛喝’，吃完就走；现在不少人是‘为剧而来’。”悦方ID MALL运营负责人朱婷表示。

2025年，长沙71家演艺新空间累计演出1.7万余场，吸引观演人次超450万，票房收入突破3.66亿元。“我们努力以演艺带动游客长沙行，让文化流量转化为消费增量。”长沙市文化旅游广电局党组书记、局长易鹰表示。今年4月，长沙发布支持“演艺新空间”的实施细则，在建设端最高可获50万元一次性补助，在运营端最高可获30万元补助，同时还对物业方、原创剧目出品方、票务平台方等给予全链条扶持，力争“三年打造百个演艺新空间”。

在建设小剧场的过程中，老仓库、老厂房被次第激活，花鼓戏、脱口秀、沉浸式话剧轮番登场，吸引游客纷至沓来。在长沙，小剧场盘活一处老厂房、带活一条老街，也成为青年社交消费的“新磁场”，“白天游景区，夜晚赏小剧”已成为长沙文

旅融合的新名片。

体验经济助推一站式文旅消费

从大型音乐节到高端剧场演出，从博物馆黑科技体验到文创园的城市漫游，作为消费新业态新模式新场景试点城市，长沙以创新引领消费变革，将音乐节、博物馆、剧场、文创园等多元业态深度融合，突出体验感，打造一站式文旅消费体验。

今年“五一”假期，湖南省话剧院出品的沉浸式互动街区戏剧《长沙》在后湖·戏码头演艺新空间正式首演。该剧运用长沙方言演绎，深耕市井烟火与人文情怀。演出打破传统舞台边界，观众可随演员自由穿梭于精心构建的街巷场景之中，沉浸式体验老长沙的生活气息与岁月温情。

与此同时，博物馆和文创体验也在为城市消费场景注入新的活力。走进长沙博物馆文创区，古韵与潮流碰撞的创意产品琳琅满目。以馆藏晋神兽纹镜为灵感的晋风手柄镜，复刻魏晋审美风骨，成为年轻游客的打卡必购品；“长沙方言镜灯”“金属辐射手账本”等文创，把本土文化符号与实用功能结合，兼具纪念性与实用性。从馆内延伸到商圈，长沙博物馆将文物元素融入手办等潮流单品，实现历史文化与都市消费的双向赋能。今年“五一”假期，博物馆5天接待游客近6万人次，《寻·长沙》剧场、“瓷上风华”快闪等沉浸式体验，带动文创销售与二次消费显著增长。

在长沙油脂厂·1936文创园，工业遗址被改造成文艺打卡胜地，巨型油罐里藏着数字光影秀、潮流买手店、音乐现场和艺术展览，“看免费艺术+沉浸式消费”正成为本地居民和游客City Walk(城市漫步)的新选择。东风文创园、潇湘电影制片厂、233艺术社区等多个艺术园区相继走红，让城市从“消费型地标”走向“体验型地标”更进了一步。上海游客陈语表示：“看完小剧场脱口秀，笑得特别解压。出来直接拐去湘江边，晚风很舒服，夜宵香气扑鼻。一场演出、一江灯火、一顿宵夜，长沙把文化和烟火糅得刚好，这个夜晚值回所有期待。”

据长沙市商务局统计数据，近几年，长沙体验式消费新兴业态发展势头迅猛，沉浸式演艺、潮流主题市集、趣味互动体验、文创潮玩等消费形式，常年保持两位数的年均增长速度，如今，体验式消费已然成为长沙夜间消费主力，占比突破六成。城区各大商业综合体顺势转型升级，北辰荟、运达汇等商圈打破传统零售模式，积极落地小剧场演出、脱口秀专场、亲子休闲娱乐、新潮科技体验等多元业态，经营思路从单纯售卖商品，逐步转变为打造潮流生活消费场景。

当票根串联起整座城市，当小剧场成为商圈的流量引擎，当博物馆用科技刷新感官体验，长沙用新的方式打造文化消费新场景，顺应了居民消费升级的大趋势。从“网红流量”到“长红留量”，从“商品消费”到“体验消费”，长沙正持续打造更具吸引力、竞争力、影响力的消费生态。



上图：红陶兽形壶。  
右图：红陶兽形壶衍生文创产品——“猪”圆玉润毛绒挂件。  
以上图片均为山东博物馆提供



文物里的潮生活

本版责编：罗珊珊 版式设计：蔡华伟