



## 景区“一毛钱奶茶”： 用温度提升热度

■戴先任

“五一”假期，河南洛阳一景区在半山腰为游客推出“一毛钱一杯”的奶茶，吸引游客争相购买。有游客称这是其喝过最便宜的奶茶，味道也好。

“一毛钱一杯”的奶茶，收费显然覆盖不了成本。景区称此举是为了游客登顶加油，收费是为了避免不需要的人随意领取造成浪费。景区象征性收费，不仅为登山途中感到口渴的游客提供了暖心服务，还避免了资源浪费，赢得了广大游客的好评。

表面来看，景区做了一笔“亏本买卖”，但实际上算了一笔“长远账”“人心账”。“一毛钱奶茶”活动，不仅“暖”了游客的胃，更“甜”了游客的心，有效塑造了景区良好的好客形象，让游客对景区的好感度直线上升。有网友称，下次有机会也要去这个景区感受这份惊喜和温暖。

据笔者了解，不少地方和景区也推出了类似活动，如“周末及节假日1元公交游景点”“一元午餐”等。上述地方和景区通过提升服务温度，进而增加了景区热度，让更多游客蜂拥而至，实现了景区与游客的共赢。

通常，在“五一”假期等旅游旺季，一些热门旅游城市、旅游景点的住宿、餐饮、商品价格会随着人气的提升而攀升。景区住宿、餐饮等消费价格上涨，一方面和人工成本高、店铺租金贵、原材料供不应求等因素相关；另一方面，也有部分商家只想做“一锤子买卖”，把游客当成“冤大头”，乱加价、乱收费，设置各种消费陷阱损害游客利益。当前，越来越多的景区推出类似“一毛钱奶茶”“一元午餐”等活动，净化了景区消费环境，引导了更多商家诚信经营，打破了不少人对景区餐饮、景区消费的固有认知，成为游客旅途中温馨而独特的记忆。

近年来，游客越来越重视旅游体验，市场竞争越来越激烈，旅游业面临着转型升级的机遇与挑战。在这种情况下，各地、各景区要摒弃同质化竞争，重视游客旅游体验，满足游客多样化、个性化需求，不做“竭泽而渔”的蠢事，方能赢得更多游客的心，有利于景区长远发展。

在笔者看来，“一毛钱奶茶”的举措并不适用于所有景区，景区也没有这样的义务与责任。但是，景区有打造良好服务环境、消费环境的责任，必须解决消费痛点，重视游客体验，严厉整治欺客宰客等乱象，维护消费市场正常秩序，维护好消费者正当权益，让“平价奶茶”“平价午餐”“平价服务”在景区成为常态。

# 持之以恒纠治“舌尖上的腐败”

■魏顺庆

日前，中央纪委国家监委对8起违规吃喝典型问题进行公开通报，再次向全党敲响了“违规吃喝非小事”的警钟。吃喝问题看似微小，实则危害极大，其背后可能是公权力在觥筹交错间被滥用、被侵蚀，成为权力寻租的隐秘链条。

违规吃喝问题具有很强的顽固性、反复性，一些隐形变异的“吃喝风”禁而未绝。一些人将吃喝通入“地下”，披上“隐身衣”，躲进“青纱帐”，挖空心思躲避监督。有的“精致”走账“吃公款”“吃公函”；有的隐形变异“吃老板”“吃下级”；有的躲入私人会所等场所大吃大喝；有的“以饭作局”，大搞团团伙伙、

利益勾兑……凡此种种，并非其不懂中央八项规定精神，恰是为躲避监管，在监督薄弱环节上寻“突破”钻空子。

奢靡之始，危亡之渐。纵观这些年落马的党员干部，不少人都是禁不住诱惑、耐不住寂寞，从“吃吃喝喝”开始沦陷，在推杯换盏中陷入奢靡，最终成为人所不齿的阶下囚。党员干部倘若放松自我，视吃喝为小节，势必导致思想滑坡、作风涣散，甚至拉帮结派、搞小圈子，一步步走上腐化堕落的不归路。党员干部必须以案为鉴、自重自省，把稳思想之舵，绷紧纪律之弦，注重点滴养成，远离违规吃喝的腐败源，自觉做到拒腐蚀、永不沾。

违规吃喝是大部分违纪

违纪行为的“导火索”，是腐化堕落的“催化剂”。一桌饭、两条烟、几瓶酒，貌似小事小节，丢掉的是党的优良作风，助长的是歪风邪气，败坏的是社会风气，最终吃掉的是信任，失去的是民心，决不能听之任之。必须拿出打持久战的决心，盯住不放、深化整治，持续释放越往后越严的强烈信号，不给“舌尖上的腐败”隐形变异的空间。

违规吃喝现象屡禁不止，意味着松一松就会回潮。封堵违规吃喝的“暗门”，治理“舌尖上的腐败”，要常抓不懈、一严到底，坚决防止不正之风回潮复燃。一方面，纪检监察机关要始终保持严的基调、严的措施、严的氛围，常念“紧箍咒”，勒紧“法纪绳”，对

隐形变异的违规吃喝发现一起，曝光一起，处理一起；另一方面，各级党组织和领导干部要紧盯违规吃喝这个顽瘴痼疾，贯通信访举报、巡视巡察、监督检查，整合监督力量，发挥群众、公安、市场监管、财税、审计等监督合力，加大明察暗访力度，让各种瞒天过海的违规吃喝行为无处遁形。

各级党员干部尤须清醒认识违规吃喝问题的危害性，自觉摒弃“小节论”“影响发展论”“行业特殊论”等错误思想，始终把纪律和规矩挺在前面，切实做到心有所畏、行有所止，主动拒绝违规饭局，远离“舌尖上的腐败”，永葆慎独自律、清正廉洁的初心本色。

### “职业索赔”

据披露，上海去年职业索赔投诉量高达24.6万件，近8000人年投诉量超过10件。其中，有人在一年内以“无证拍黄瓜”为由向1372家餐饮店提出高额索赔。

目前，“职业索赔”群体的行为已经完全背离了消费者维权的初衷，“职业索赔”现象更影响了小微经营者的经营信心，对正常市场秩序造成了破坏。

中新社发 朱慧卿作



### 微言微语

## 如何有效遏制“被直播”现象

背景：

“镜头对着正在用餐的顾客，商家却躲在手机后面。”近日，有媒体调查发现，一些商家借助短视频平台招揽生意，在未经允许之下，对真实消费场景进行直播、拍摄，把顾客当做营销引流工具。

吃饭被直播，健身、理发被直播，甚至泡温泉也被直播……对此，不少网友明确表示：“不想被实时直播生活。”

@澎湃评论：商家直播、拍

摄消费实景，无非是为了打造身临其境的现场感，通过实时展示产品、服务，达到招揽生意的效果。然而，不告知消费者、未经消费者允许就开播、开拍，忽视了消费者的感受和隐私权。消费者不是商家的免费演员，消费过程不是商家直播引流的素材。无孔不入的“被直播”现象，理应得到有效遏制。

@正观新闻：现如今，技术正不断改变生活，隐私权保护

显得尤为迫切。对于直播相关行为，需以建立规范使用、严格监管、依法治理等综合性治理体系，真正促进公共利益。尤其是，我国在直播侵权方面尚存立法粗线条、执法难界定等问题，更要及时完善，以适应现实的迫切需求，让消费者有不配合的底气，让经营者有不越界的自觉。

@《北京青年报》：鉴于“全民直播”下的隐私保护成为严峻问题，相关部门要压实平台主体责任。各类平台针对涉

及就餐、健身等消费者个人形象突出的消费场景的短视频或直播，要加强审核力度，细化完善平台内部管理规定，引导商家通过技术手段(如马赛克)，解决宣传推广和保护消费者信息的矛盾；对于涉嫌侵犯他人合法权益的，要及时断开直播流或者下架相关视频，必要时，也可采用限制推送、封号等形式予以惩戒。同时，消费者发现“被直播”，应及时制止，果断积极维护自己的正当权益。