

红色旅游引客来

国庆假期,遵义迎来红色旅游热潮。

遵义会议纪念馆人潮涌动,“伟大远征·巍峨丰碑”主题展演等主题活动,吸引大量观众参与。《伟大转折》剧目迎来观演高峰,一票难求。在娄山关景区,“缅怀革命英烈·传承红色基因”“胜利之旅”集章闯关、红歌传唱、“我与红旗合个影”等特色活动精彩纷呈,长空桥上红旗招展,不少游客在摩崖石刻前诵读《忆秦娥·娄山关》,重温长征历史。

遵义会议陈列馆内VR数字体验项目、多媒体展陈同步开放,让游客从历史旁观者变为沉浸式体验者,切身感受长征路上的艰难险阻与革命先辈的信仰力量。

游客认真参观珍贵文物、聆听红色故事,沉浸在红色文化氛围之中。VR技术、动态影像等数字呈现手段,更让革命岁月变得可感可触。一幕幕历史回响,一处处精神共鸣,令游客深受触动。红色资源不再只是陈列在展馆里的史料,而是变成了能走进大众生活、打动年轻群体的鲜活故事,实现从“参观打卡”向“沉浸式感悟”转变,让红色资源真正活起来。

越来越多游客选择在国庆假期走进红色场馆、踏访革命旧址,主动追寻红色足迹、感悟初心使命,为红色文化的传承传播注入了新的活力。

国庆假期遵义红色景点热度

攀升,不仅反映出大众对红色文化的认同与向往,更彰显了红色基因代代相传的强大生命力。

遵义深挖本地红色资源,创新活动形式、丰富展陈载体,依托历史场景与现代技术打造出更多人们喜闻乐见的红色文化产品,契合了当下游客深度体验红色历史的文旅需求。这份融入民族血脉的红色记忆,经过创新性表达与创造性转化,正不断凝聚起奋进新征程的磅礴力量。

未来,遵义将继续调动众多积极因素,利用好红色资源,处理好红色教育与经济效益、资源保护与开发利用的关系,继续讲好伟大转折故事,让红色文化薪火相传。

一纸婚书赴山海

新修订的《婚姻登记条例》实施以来,内地居民婚姻登记不再受户籍地限制,可在全国范围内任一婚姻登记机关办理。从雪山湖泊到千年古镇,越来越多的年轻人选择奔赴山川湖海,开启“旅行+领证”新模式。各地把婚姻登记服务与文旅资源深度融合,既为新人留下浪漫记忆,也为地方文旅消费打开新入口。(10月5日《人民日报》)

在新疆赛里木湖,自然特色变为浪漫符号;在吉林长白山,擦亮特色爱情IP;在浙江绍兴黄酒小镇,乌篷为媒黄酒为证……近年来,多地民政部门积极创新婚姻登记服务场景,给新人营造独特、富有纪念意义的登记体验。许多城市推出“旅游登记结婚”新业务,将婚姻登记部门设在热门景点,为新人提供浪漫独特的登记体验。

民政部表示,鼓励有条件的地区将婚姻登记机关设置在公园等有标志性意义场所。景区婚姻登记处不仅是一个“领证处”,还兼有

婚姻家庭辅导等服务。

将结婚登记处“搬”到景区,旨在为新人提供优质服务和优美环境。景区的自然景观和宁静氛围,能使新人在一个更舒适的环境中完成一生中重要的婚姻登记手续。

当然,在风景里说“我愿意”也对公共服务提出了更高要求,包括异地审核相关证件,在结婚登记的严肃性与个性化服务之间找到平衡点,以及如何在保持景区原有功能的同时提供更人性化服务等。无论如何,景区成为领证地,不仅能使婚姻更浪漫更惬意,也使婚俗礼仪在不断朝着文明、便利、人性化方向迈进。

风景里说“我愿意”,这是将文旅资源转化为浪漫符号的创新探索;景区领证,满足了新生代的情感期待。让这项暖心的公共服务创新走得更稳更远,真正让浪漫风景见证幸福婚姻,让民生创新更好惠及广大群众,期待点燃“甜蜜经济”新引擎。

从“看风景”到“干农活” 乡村旅游的另一种可能

国庆假期,在黑龙江哈尔滨方正县,稻田体验游非常热闹。游客们跟着农户学割稻,人均割下约3公斤水稻,折算下来,每人割的稻子约等于30碗米饭,全天割下的稻谷,足能做出约9000碗米饭。(10月6日中国新闻网)

这一热闹的稻田收割体验画面,是日渐风靡的“下地干活式旅游”的缩影。收割庄稼、收菜、捡拾中药材、捉螃蟹……近年来,“下地旅游”的风吹向全国各地,很多游客在现实版“开心农场”里当了一回地地道道的农民,忙得不亦乐乎,累并快乐着,而真正的农民则变身“农事教官”,边劳动,边指导,边服务,让农事活动的价值实现了升华。

农事体验活动一头连着游客,一头连着农民,可以让“农业+旅游”产生大于2的效果——既让游客的乡村游更接地气,更有深度,更有趣味,也能帮农民增收,助力农业转型发展。

“下地干活式旅游”的底色是农业,却具有商业活动的外在形式。

因此,不管是农民或相关的经营主体,对农事体验活动进行适当的商业化开发都是可行的,但商业开发的色彩不能过浓,即“下地干活式旅游”的功夫不能都用在“活”外。

游客到农村体验农事活动,割稻子、掰掰苞米、挖挖土豆,寻找的是最简单、最淳朴、最新鲜的农事快乐。如果给农事体验活动的商业包装太多太重,设置很多收费环节、收费项目,设置较高收费,就会本末倒置,让农事体验活动变味,让游客的体验变差。

当然,相关主体可以围绕农事体验活动,对餐饮、民宿、民俗体验、农业文创、农产品深加工等产业链进行开发。这样的产业链或拓展项才顺其自然,才能控制在“合理、必要、有序”的范畴内,才能得到游客的欢迎。

“下地干活式旅游”的核心卖点还是“干农活”,有关主体还是应该结合不同的地域农业特色,顺应一年四季“春耕、夏管、秋收、冬藏”的农时农事变化,开发更多有特色的农事活动。

一件衣服只穿一次? 理性审视次抛消费

这个国庆假期,“次抛衣”再次被年轻人穿上了热搜。从新疆草原到云南古城,从沙漠到海边,年轻人的行李箱里塞满了“一次性出片”穿搭:去新疆,牛仔帽配长筒靴;去云南,披肩长裙是标配;去沙漠,红裙和牛仔穿搭最抢镜;到海岛,白裙加编织草帽几乎人手一套。(10月6日封面新闻)

所谓“次抛衣”,指的是那些价格便宜、只穿一两次就会被丢弃或者转卖的衣服。这类衣服通常款式时髦、颜色亮眼,很适合拍照或在特定场合穿着。对年轻人来说,它们既能满足追逐潮流的心态,又不会带来太重的经济负担。

但殊不知,“次抛衣”所带来的健康隐患、资源浪费同样值得警惕。一是不容忽视的健康隐患。按照国家规范,直接接触皮肤的服装,必须对甲醛、可分解致癌芳香胺染料等指标严格把关,可一些商家却以“反正只穿一次”来弱化安全标

准,诱导消费者放松警惕。二是与绿色消费理念背离。一件衣服从纺纱、印染到加工、运输,消耗着水、能源与化工原料,倘若仅仅为了几张照片,短暂上身之后就沦为垃圾,无疑是对资源的无谓消耗。

当然,防范“次抛衣”抛掉健康和节俭,还需找到破局之道。一方面,市场可以完善服装租赁服务,让旅拍特色服饰实现多次循环使用,用共享或出租代替一次性购买,避免浪费;另一方面,电商平台要压实责任,加强对低价服饰的质量抽查,清理“拍照专用就不达标准”的不当宣传,倒逼厂家对标准生产合格的服饰。

同时,监管部门也应紧盯“次抛衣”这类新业态消费,通过畅通投诉渠道,守住产品质量关口。此外,对消费者而言,不妨多一点理性,须知氛围感不必靠一次性新衣堆砌,旧衣巧搭配、按需选择租赁,同样可以收获好看的画面。

公共WiFi莫变陷阱网络



(潘雨阳 绘)

近日,家住湖北荆州公安县的谭女士和亲友在某早餐店内用餐时,随手连接了一个公共WiFi,并领取了一个“签到红包”。紧接着,她就发现银行卡里的钱被接连划走三笔,共计850余元,谭女士赶紧拨打110报警。

据民警调查,谭女士误点了连接陌生WiFi时弹出的红包广告,触发了一保险公司产品

的自动购买业务。经协调,保险公司将850余元原路退还。

谭女士这事不是个例,它是现在很多公共场所网络乱象的一个缩影。用户往往在不知情的状况下点击弹窗链接,默认勾选了自动续费或自动购买的授权条款,而相关营销方和合作机构刻意淡化风险提示、隐瞒扣费规则,本质就是利用信息不对称侵害消费者的知情

权与选择权。

现在扫码消费、联网使用早就融进了衣食住行,弹窗诱导、隐藏扣费的陷阱遍布各种生活场景。民警的安全提示当然有必要,但制度规范才能治本。监管部门应把行业规范细化,严查各种场景下的隐藏营销、强制捆绑行为,斩断流量变现的灰色链条。

(郭元鹏)

优质服务不等于无底线妥协

东航空乘因餐车轻微触碰旅客、反复致歉后仍被逼下跪的事件,在全网引发持续讨论后,中国航协日前公开明确表态:坚决支持航司依法维护一线乘务人员的履职权益,要求各航司优化机上扰乱行为处置流程,同时呼吁广大旅客文明乘机、理性维权,通过合法渠道表达合理诉求,共同守护客舱秩序与飞行安全,推动民航服务在规则底线与服务温度的平衡中持续提升品质。(10月5日澎湃新闻)

这份公开回应,不只是为当事乘务员个体撑腰,更标志着民航行业正在对过去长期存在的“无底线服务”惯性做出纠偏。

此前很长一段时间,国内民航行业普遍把“旅客满意度”放

在绝对优先的位置,不少航司把“绝对零投诉”当成一线岗位的核心考核硬指标,只要出现旅客投诉,无论诉求是否合理,乘务员都可能直接面临绩效扣除、岗位评级受影响的处罚。这种“怕投诉、怕闹大”的惯性导向,让一线人员在客舱内遇到冲突时,第一反应往往不是按规定启动扰乱行为处置流程,而是优先选择妥协息事宁人,生怕事态升级给自己带来内部追责。长此以往,部分摸透了“大闹大解决”逻辑的旅客,开始把过度维权当成牟利、施压的手段,一线乘务员的人格尊严,就在这种惯性里被不断挤压变形。

2026年7月1日正式施行的《中华人民共和国民用航空法》已

经清晰划定了双向的权利边界:既通过增设“旅客权益保护”专节保障旅客的合法服务诉求,也明确禁止在民用航空器内寻衅滋事、辱骂殴打机组人员。

更值得期待的是,这次行业层面的明确表态,不止是为当事乘务员讨回公道,更可能成为有效改写过去航企服务人员单方面无底线退让的行业风向的契机。这就要求 and 警示,航协不能止于公开声明和呼吁,而是应和民航管理部门一道,进一步把此次事件的处置逻辑细化为全行业可参照的行业统一操作指引。同时,航企应同步调整不合理的“唯投诉论”考核机制,乘客也要自觉厘清理性维权的合法边界。