

【敢当头条】

# 抓住毕业游走热的文旅机遇

随着高考落幕、高校毕业证书颁发,旅游市场迎来一波青春洋溢的消费浪潮。多家平台数据显示,6月作为暑期前价格洼地,机票与酒店均价较暑期高峰低近四成,吸引大批学子“抢跑”出行。毕业旅行订单不仅热度攀升,更呈现显著长线化趋势。

毕业游的兴起,表面是价格窗口期驱动的理性选择,深层则折射出新生代消费群体的行为逻辑与价值取向。其决策链条短促、自主性强,在预算与目的地选择上掌握充分话语权,既追求深度探索游的高性价比,也愿意为特定项目定制行程。例如,杭州因LPL季赛吸引超六成跨城游客,赛事门票带动周边消费超10倍;西安长安十二时辰主题街区单日客流超5万人次。不过,对于各地扎堆推出的“准考证免收费游”活

动,部分景区仅免大门票但二次消费高昂,吸引力容易被稀释。这些旅游服务供给能否精准匹配新生代游客对个性化、沉浸式体验的高期待,仍是一个问题。面对旺盛的毕业游需求,各地需深度挖潜、释放“预热效应”,将其有效转化为驱动暑期乃至全年文旅消费提质扩容的强劲引擎。

精准满足需求。深入分析“Z世代”对兴趣社交、文化认同及自我表达的强烈诉求,围绕演唱会、国风国潮、电竞动漫、户外探险等青年文化热点,打造“音乐节+在地文化深度游”“古风剧本杀沉浸式景区”“电竞主题酒店+观赛派对”等特色线路,开发主题化场景产品。扶持和规范发展能创造高情绪价值的服务链条,重点培育旅拍、短视频跟拍、小众秘境深度向导、轻奢露

营等高情绪价值服务,充分满足其分享社交与记录人生的核心需求。

优化政策效能。着力提升“准考证优惠”政策的含金量与精准度,从门票减免扩展至“吃住行游购娱”全链条。建立区域联动机制,整合景区、品牌酒店、特色餐饮、便捷交通及文创商品等多方资源,推出高性价比、体验丰富的“青春畅游一卡通”等主题套餐,实现优惠叠加与体验升级的无缝衔接。将政策覆盖面扩大至更广大青年群体,延长政策红利期,扩大市场辐射带动力。

强化精细管理。运用智慧化手段应对毕业游带来的瞬时客流高峰,在景区推广实施分时预约制度、建立基于大数据的客流实时监测与智能预警系统,提升管理效能与服务韧性。加

强漂流、登山、大型游乐设施等高风险项目隐患排查,压实企业主体责任与属地监管责任,完善应急预案并加强演练。建立高效透明的旅游投诉响应与纠纷调处机制,守护好体验感这一文旅产业生命线。

着眼长远培育。积极推动图书馆、博物馆、美术馆、特色商业街区、夜间经济集聚区等城市公共空间与旅游场景深度融合,营造全域青年友好的文旅氛围。持续投入培育知识性与趣味性并重、满足年轻人成长需求的优质项目,如链接历史遗迹的深度研学游,探秘大国重器、非遗工坊的特色工业游,科考国家公园、自然保护区的生态环保游等,使旅行本身成为年轻人开阔视野、启迪思维、增长才干的“第二课堂”。(据新华网)

【金玉良言】

## 2.1公斤算3公斤,向上取整莫成快递潜规则

“2.1公斤也按3公斤收费”,快递企业如此“向上取整”,算盘打得未免太精了。

据报道,近日,媒体记者购买8件净重为2.5kg的样品,购买相同规格包装进行打包并自行称重,每一件总重量达到2.7kg左右,此后记者分别通过8家常用快递公司,以“标快”“普快”的方式邮寄到市内同一地点。

本次测评发现,8家企业中,有半数快递企业在续重收费中存在“向上取整”行为。有快递员称,即使“2.1公斤也算3公斤的(收费)”,还有快递公司将重量2.7kg左右的快递,标注为4kg。

快递企业在续重收费中“向上取整”,就如商店的“反向抹零”一般,并非新现象,此前就曾曝出客户“实际重量3.1公斤,计费重量4公斤”的问题,引发舆论广泛关注。如今在媒体测评中,8家快递企业中,有半数存在此类问题,正说明这种收费方式在快递行业已非个别现象,可能已成为行业普遍潜规则。

需明确的是,这种看似“精明”的

收费方式,已涉嫌侵害消费者合法权益。《快递市场管理办法》明确要求,经营快递业务的企业应当“在快递运单上如实标注快件重量”;国家市场监督管理总局发布的新版《快递服务》标准明确规定“快递服务主体应使用秤、卷尺等计量用具测量快件的实际重量和体积重量,确定正确的计费重量。计费重量以千克为单位,保留小数点后至少1位。”

一些快递企业“向上取整”的做法,不仅未如实标注快件重量,更没有遵守国标中的精确度要求,是对相关规定的公然违背。这种看似简化操作的计费方式,悄然侵蚀着交易的公平性,如此算计消费者,也暴露出一些快递企业在精细化服务与商业利益间坐歪了屁股。

对快递企业而言,快递包裹数量庞大,通过“取整”的方式,降低计费复杂度,或能节约时间成本,减少出错风险,而且这种“向上”的取整思路,还可以积少成多,获得一笔额外收入,自然乐得其成。但这个账算的,让消费者

很不舒服。

某种程度上,这等于快递企业在正常的交易外,用一种隐形收费的方式来增加利润,不仅损害了消费者的信任,也会影响整个行业的口碑与形象,不利于快递行业健康发展。

目前看,各家快递企业“向上取整”的标准还处于“各自为政”的阶段,有的续重是以1kg为计量单位,有的最小计量单位为0.5kg,但这种趋势的蔓延是值得警惕的,这种对消费者不友好的行业风气更需要尽快予以遏制。

市场监管部门以及快递行业协会等,有必要采用约谈、查处曝光、处罚等方式,引导快递企业“按规收费”,维护市场秩序。

快递企业自身则需转变观念,“勿以恶小而为之”,尽快摒弃这种图省事、占便宜的收费行为,将精力投入到提升服务质量、优化运营效率上。

快递运营也需精细化,更要知道,不让2.1公斤再等于3公斤,体现的不仅是数字的精确,更是服务行业应有的诚意。(据新华网)

【有此一说】

## 防汛抗旱这根弦时刻要绷紧

当前,我国多地迎来新一轮强降雨过程,南方多地正全力应对汛情,黄河流域也行将入汛。同时北方部分地区旱情风险仍在。面对繁重的防汛抗旱任务,各地各部门要牢固树立底线思维,强化责任担当,时刻绷紧防汛抗旱这根弦。

据预测,7月我国大部分地区降水偏多,部分地区暴雨洪涝灾害风险高,加之“七下八上”防汛关键期即将到来,防汛抗洪松懈不得;与此同时,记者调查发现,对一些地方因高温少雨导致的局部旱情,一些党员干部没有引起足够的重视,存在麻痹大意心理,责任意识不强,担当作为不够。

抗旱成效关乎夏粮丰歉,关乎国家粮食安全,对旱情须臾马虎不得。广大党员干部要保持时时在状态的精气神,以时时放心不下的责任感,下沉一线,干在实处,不因汛期来临而懈怠松劲,顾此失彼。

应对汛情旱情,必须未雨绸缪,抓早抓细抓小。从加强堤防巡查防守到城市内涝防御,从制定保供水方案到安排群众转移避险,必须从最严峻、最极限的情况出发考虑问题,坚决防止麻痹思想和侥幸心理。

应对汛情旱情,要坚持系统观念,具备全局眼光。防汛抗旱是一项系统性工程。以防汛为例,从监测预警、会商研判,到科学调水、拦洪削峰错峰,再到应急抢险救援、灾后重建,各项流程必须环环紧扣,切忌衔接不畅、“各管一段”。从空间上看,流域防汛抗旱需要多地紧密合作,上下游水利工程各司其职,形成合力,力保江河安澜、用水安全。

应对汛情旱情,重在强化责任担当。越是在困难面前、关键时刻、重要关口,党员干部越是要身先士卒、靠前指挥、守土尽责。各地各部门要以高度的责任感,扎实做好防汛抗旱、抢险救灾各项工作,保障人民群众生命财产安全和社会大局稳定。(据新华网)

【画里话外】

## 转变理念

近年来,各地体育中考改革持续推进,牵动万千考生和家长的心。

“体育进中考,不是要通过考分把孩子划分三六九等,不是选拔运动员,而是以此让家长、孩子意识到健康和运动的重要性。”首都师范大学教育学院院长张爽说。

云南大学体育学院院长王宗平认为,其核心目标是“引导全社会重视体育,重塑‘健康第一’的育人观”,因此“理念的转变最重要”。

(据新华网)

