

来论

麻辣烫虽好吃，但想让游客住得下、有的游、有的玩，形成持续的吸引力，还需要以此为“导火索”，充分发掘打造更为丰富的旅游产品。

观点

淀粉肠产业“塌房”
让末端摊贩背锅？

天水麻辣烫出圈，还需“加料”做好“大配方”

近日，甘肃天水麻辣烫在社交媒体平台火爆出圈，吸引了不少游客前来打卡。当地一家麻辣烫店的工作人员表示，最近来的外地游客增多，店里上午11点开门营业，早上6点就有游客开始排队，有的游客排了近5个小时最终吃上了麻辣烫。

“溜溜”有味，“滨滨”有礼。继山东淄博与黑龙江哈尔滨之后，一碗普通寻常的麻辣烫，让地处大西北的甘肃天水成为“热辣滚烫”的网红城市。

一碗“麻辣烫”一跃成为火爆全网的“顶流”，看似偶然，实则有其底层逻辑。每个人的潜意识里都存在有关食物的原始记忆，只要能成功勾起食客的味蕾，公众自然就会奔走相告。更何况麻辣烫之类“小食材”，向来是年轻人的最爱，作为互联网传播的主力军，其所产生的传播效果可想而知。

在不少打卡视频里，大多数人提到几个关键食材：辣子、宽粉、土豆，可谓是甘肃麻辣烫的“三绝”。天水麻辣烫中的辣子，辣味并不刁钻，以香为主；定西被誉为“中国马铃薯之乡”，定西土豆淀粉含量高、黏性足，加工而成的手擀宽粉可以说是甘肃独家美食；此外还有秦安豆腐、康县木耳、陇南花椒、会宁胡麻

油……源于当地独有物候条件下生产的地道食材所组成的配方，正是天水麻辣烫“出圈”的底味所在，共同撑起了这道舌尖上的美味。

地处西北欠发达地区的天水，能否成为又一个淄博、“尔滨”？它的基础设施、服务能力接得住这场“泼天富贵”吗？能否将流量顺利转化成“留量”，实现“长红”？随着天水麻辣烫的走红，网友们纷纷发出了一系列“灵魂追问”。

一碗麻辣烫带火一座城，幸运之余，小食材走红还需继续“加料”做好“大配方”。

拼食材之后还需“拼服务”。有样学样，天水借助前辈“网红城市”积累下来的经验，整座城市迅速行动开启了“宠粉模式”：天水羲通客运公司开通了“麻辣烫公交专线”；天水市民自发组织爱心车队到火车站、机场免费接送游客去吃麻辣烫；专门绘制麻辣烫地图，帮助游客找到最佳美食点；因店内顾客太多有麻辣烫店的老板忙出了“痛苦面具”，甘肃文旅赶紧在网上喊话“注意表情管理”，麻辣烫大叔看到之后展露笑颜……不遗余力地“宠粉”，竭尽所能服务八方食客，让公众感受到了这座西北小城的满满诚意。

麻辣烫虽好吃，但想让游客住得下、有的游、有的玩，形成持续的吸引力，还需要以此为“导火索”，充分发掘打造更为丰富的旅游产品。

值得一提的是，天水的文旅禀赋其实很不错。虽然地处大西北，但拥有高铁、飞机场，在对外交通上具有一定优势。天水的历史底蕴也十分深厚，秦人发源于天水地区，大地湾文化有8000年历史，甘肃彩陶与放马滩秦简，还有世界上最早的纸均在这里，拥有伏羲文化、大地湾文化、秦早期文化、麦积山石窟文化和三国古战场文化为代表的“五大文化”，截至2024年3月，共有A级旅游景区42处……放眼甘肃，历史文化悠久厚重，自然景观丰富独特，曾被《孤独星球》评为亚洲最佳旅游地，发展文旅产业具有得天独厚的优势和潜力。

综合上述条件，这次因麻辣烫引发的“意外”出圈，只要整合得当，趁势发力，完全可能打造出一所“长红”城市。从山东淄博的烧烤，到黑龙江哈尔滨的冰雪体验，再到甘肃天水的麻辣烫，在各地掀起这种“现象级”消费行为，也为各地文旅产业的发展提供了借鉴参考，值得引发深思。

据北京青年报

从媒体报道来看，淀粉肠“塌房”后，有经销商遭批量退货，有摊主一晚零收入；在河南三门峡，一大娘摆摊卖淀粉肠，出摊2小时无人问津后，最后自己默默把肠吃了；有网友称，本想靠淀粉肠“创业”，但还没开始就结束了。

池中排“污”，殃及池鱼，这一幕多少让人有些唏嘘：淀粉肠产业本来势头正好，愣是被以次充优的无良商家给伤害了。

考虑到地摊经济一边连着街头的烟火气，一边连着不少人的饭碗生计，很多摆摊的都是老人或新创业人群，淀粉肠“塌房”无疑会冲击到他们的谋生选项。这显然是个值得关切的问题。

在此背景下，保护消费者权益、维护合法商家和摊贩利益的最好方式，就是从源头根治乱象，驱逐劣质产品，保障淀粉肠行业健康发展。品质靠得住，消费者才能信得过。当质量有保证了，淀粉肠的标配，地摊经济也就不容易被“拉下水”。

据红星新闻

鲁迅故里撤除部分栅栏
读懂背后的期待

过去去过鲁迅祖居宴厅的游客应该有些印象，原本门口有道隔离栅栏，想走近观看拍照的游客只能止步于此。最近，这道栅栏撤掉了，游客不仅可以近距离观察，还可以在里面合影留念。据报道，这次鲁迅故里景区一共撤除了23处隔离栅栏和隔离线，除鲁迅故居20处外，鲁迅故居德寿堂和三味书屋思仁堂、小堂前的隔离线和隔离栅栏也被撤去。

文物古迹能够从隔离栅栏中“走”出来，从库房里“走”出来，是景区向游客迈出的小小一步。能够感受到，这一小小步包含着对游客的信任和期许。这种信任来自于“即使全部开放，大家也会好好利用和爱护文物空间”的安全感。

鲁迅故里撤除部分围栏，可以被视作一个开端，最终还是要找到景区保护和游客游览需求之间的平衡点，“尽最大限度”且“符合条件”地对公众开放。毕竟，文物的传承之义既需要开放，也需要克制。

据光明日报

网红虚假宣传被判刑
如此“致富”只能是歧途

“父母双亡，自己只能辍学在家照顾弟弟妹妹，每天吃的是土豆……”2018年以来，一个名叫“凉山孟阳”的年轻女孩在网上迅速走红，然后开始频繁直播带货。然而，有网友实地探访其老家发现，她的父母都健在，视频中的土坯房也是摆拍。

近日，“凉山孟阳”“凉山阿泽”等8人因虚假广告罪被判9个月至1年2个月不等的有期徒刑。

细看这些人的牟利路径，从一开始的卖惨、扮穷，到雇用网络水军刷流推广，再到虚假宣传销售商品，这背后可能就是一套非法产业链。他们既然从源头上、从自己的身份身世上就敢造假，又何妨在每一个环节撒谎呢？只有通过严肃的、彻底的法律惩处，才能让这些肆无忌惮的行骗者，尤其是让一些涉世未深的年轻人明白，网络空间不是法外之地，也不是投机取巧的“致富”捷径。通过编故事、虚假宣传去“创业”，只会是歧途和深渊。通过每一一起“除假务尽”的案例查处，也就会让更多蠢蠢欲动的人看到风险所在，从而抛弃侥幸心理，踏踏实实正当从事事业。

据红星新闻

“退役电池流向小作坊”是不能容忍的风险

丰收

截至去年，中国新能源汽车保有量已超2000万辆。一般来说，市面上动力电池的平均服役寿命为5到8年，随着时间推移，几年后，退出流通的废旧电池将持续增加。新能源车的退役电池去哪儿了？有业内人士告诉记者，大部分废旧电池都会流入没有资质的小作坊进行处置。

我国新能源汽车产业肇始于2009年至2012年的“十城千辆”工程。按此时间推算，不少新能源车的电池早已过了服役寿命，电池退役潮已经到来。退役电池究竟流向了哪儿，是大家关心的一个问题。部分退役电池还可以回收利用，如果回收处置不当，不仅带来较大环境风险，还为火灾埋下隐患。

退役电池并非纯废物，而是有利用价值的。据说，回收利用退役电池，可以降低这种电池生命周期碳排放，还能实

现锂、镍、钴等稀缺金属资源的最大化利用。由于退役电池含有多种有害物质，如果处置不当就容易污染环境。如果退役电池的拆解、运输、储存、利用操作不当，还容易发生爆炸、火灾事故。

无论从回收再利用角度来分析，还是从预防污染和火灾事故来看，都应该让退役电池流向正规渠道。有数据显示，目前我国有190余家企业在全国设立超1万个退役电池回收服务网点，但还有不少流向小作坊或黑市。

有报道指出，真正流入龙头企业的退役电池不到总量的30%，大概70%流向小作坊。据统计，2022年中国动力电池退役量已有35万吨左右。2030年这一数字或将增长至350万吨。

由于小作坊没有资质，也欠缺应有的处置能力，加之脱离了监管视线，不仅容易造成稀缺金属资源浪费，还容易产生环境污染风险和火灾风险。这不得不让人对退役电池流向黑市产生很多担

忧。

必须疏堵结合有效遏制退役电池流入黑市。所谓“疏”，就是有效引导、鼓励退役电池流向正规渠道。所谓“堵”，就是禁止、封堵退役电池流向小作坊，既要没有资质的小作坊进行坚决取缔，也要对劣质电池加强整治，使小作坊的产品没有销路。若小作坊处理退役电池造成污染和火灾，要依法追责。

加强制度和标准建设，是退役电池远离黑市流向正规渠道的基础。去年12月，工信部公布《新能源汽车动力电池综合利用管理办法（征求意见稿）》，其中“报废移交要求”“梯次利用和再生利用要求”“信息溯源要求”“监督管理”“法律责任”等，都涉及退役电池。另外，有人建议加快制定退役化学电池安全回收处置国家标准。有了具体的操作办法和标准，退役电池才不会轻易流向小作坊。

抢周杰伦演唱会门票先充488元？霸王条款！

丁慎毅

3月18日，周杰伦杭州场的部分门票通过“JayMe”App放出，要求粉丝先充值488元成为“超级VIP”，并在App上获得“抢票资格”，之后才能参与抢票，但充值VIP权益不代表就能享有门票，且会员权益不可退换，相关话题冲上热搜。

有网友表示，“周杰伦吃相难看”，有网友称“‘JayMe’的商业运作与周杰伦没有关系”。有律师称，消费者享有自主选择商品或者服务的权利，你可以不充值，平台的操作并无明显法律漏洞。也有律师表示，这是“霸王条款”，明显违背公平原则，剥夺了消费者的合法权益。

确实，消费者享有自主选择商品或者服务的权利，但前提是公平公正地满

足了这一权利，而不是剥夺了消费者权利还告诉消费者有不选择的权利。

去年9月，多部门曾联合下发《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》，其中就提到“演出举办单位应当明示其授权的票务代理机构，引导消费者从合法渠道购买门票。应当履行告知义务，告知消费者购票、入场和退票规则”，“演出举办单位面向市场公开销售的门票数量不得低于核准观众数量的85%”。

据天眼查，向“JayMe”App提供授权的杰威尔音乐，是周杰伦于2007年创立的个人娱乐有限公司。既然该平台是“官方出品”，充值抢票却没有成功概率告知，这已经涉嫌侵犯消费者的知情权，更何况这还有捆绑销售之嫌，涉嫌侵犯消费者应有的选择权。同时，主办方今年1

月公布的售票平台里并没有这个App，也涉嫌出尔反尔不守诺，属于单方面更改合同。

此前，也有不少明星和演出机构推出专属App。林俊杰曾推出“林距离”App，国内演出机构摩登天空推出了“正在现场”App，充值成为会员后能享有优先购票权。这一模式虽引发争议，但苦于没有监管部门的权威说法，于是就有了“JayMe”App跟样“创新”。

演唱会作为一种市场文化活动，自然附着一定的文化公益属性，主办方应承担应有的社会责任，不能一切向钱看，甚至靠“抢钱”。也期待各地相关部门针对这一新现象，通过听证会等调研方式，更加明确公平公正的“抢票”规则。

投稿邮箱：qilipinglun@sina.com