

导游明言“不要两手空空”，甚至“以跪相求”……文旅部公布一批强制消费典型案例 严打之下，旅游强迫购物乱象为何屡禁不止

本报讯（记者肖婕妤）近日,文化和旅游部公布旅游市场强制消费问题典型案例（2026年第六批）,其中涉及旅行社未与游客协商一致安排自费项目、旅行社未与游客协商一致安排进入包装景区的购物场所购物、导游指令游客购物等。

“今天早上我们是要去消费的,你不要这里躲那里躲,两手空空回到车上”“人手一件货”……导游黄某龙受云南天之爱国际旅行社有限公司委派,为“昆大丽”旅游团队提供导游服务,行程中黄某龙向游客发表上述言论要求游客购物,并在大巴车上向游客兜售鲜花饼、榴莲饼等。

黄某龙的行为违反了《导游人员管理条例》第十五条、第十六条的规定。今年7月,大理市文化和旅游局依法对黄某龙作出没收违法所得、罚款5000元的行政处罚,并对云南天之爱国际旅行社有限公司另案处理。

“如果不买东西的话,我就给你们跪下。”导游付某向游客宣传玛瑙商品时发表上述言论要求游客购物。付某受四川省中国青年旅行社有限公司武侯二分社委派,为21名游客参加的“西昌泸沽湖5日游”旅游团队提供导游服务。付某的行为违反了《导游人员管理条例》第十六条的规定。今年3月,四川省盐源县文化广播电视和旅游局依法对付某作出

没收违法所得、罚款3000元的行政处罚,对四川省中国青年旅行社有限公司武侯二分社作出警告的行政处罚。

近年来,有关部门大力整治旅游强迫购物乱象,但相关乱象仍屡打不绝。“买的时候说是纯玩团,抵达后才知是购物团”“不购物不安排吃饭”……在社交平台上,消费者关于低价旅游团的吐槽并不少见。明明已有法律明确禁止,为何此类乱象仍屡禁不止?

北京桦天律师事务所律师王佳琳表示,旅游强迫购物乱象屡禁不止的一个重要原因是违法成本与收益倒挂。王佳琳说,实践中大量案件以责令改正或低额度罚款结案,

而一趟团的购物返利可能远高于违法成本。吊销许可证的震慑对“马甲社”更有限,“换块牌子、换个法人,业务照旧”。此外,《在线旅游经营服务管理暂行规定》虽规定了平台核验、登记、报告义务,配套责任也写明可依照电子商务法第八十条处理,但实际执行力度有限,低价引流、私下拼团在平台生态里仍有空间。

王佳琳建议,有关部门应保持高压严打态势,围绕旅行社、旅游购物店、导游、在线旅游平台4类主体,重点整治虚假宣传、以购养游、层层转包、不规范签订旅游合同等问题。



奋战重点工程 建设数字经济新高地

9月17日,随着最后一根主梁精准吊装就位,由中铁建工集团承建的北京园博数字经济产业园创新中心二期项目地上主体结构顺利封顶。

该项目位于北京市丰台区,总建筑面积11.76万平方米,建成后 will 打造集产业创新、产城融合于一体的数字经济产业园区,为首都数字经济发展注入动能。 本报记者 吴凡 摄

双节前攻坚抢工期 鏖战隧道保贯通

本报讯 中秋、国庆双节将至,为全力推进厦金大桥(厦门段)隧道主线工程建设,保障隧道按期贯通,中国铁建大桥局项目部提前部署,全体建设者坚守一线,全力冲刺关键施工节点,掀起节前施工攻坚热潮。

厦金大桥(厦门段)隧道主线二期为全线控制性核心工程,地处滨海区域,地质条件复杂,施工难度大、安全管控要求高。项目作业场地受限,施工精度严苛,各工序紧密衔接,任一环节滞后都会影响整体推进,是全线重点攻坚工程。

项目部抢抓节前施工黄金窗口期,统筹调配资源,将现场施工人员由200余人增至400人,并实行24小时分班轮值作业,细化岗位责任,保障多作业面同步高效施工。

项目部还锚定目标挂图作战,聚焦三期围护结构施工难点优化工艺,攻克成桩难题,严控施工精度。目前三期已完成160余根钻孔灌注桩及高压旋喷桩施工,为后续隧道深基坑作业打下坚实基础。

本次节前攻坚,项目部重点抢抓工期、前置关键工序,预留充足施工缓冲期。通过昼夜连续施工,稳步推进隧道主线二期主体结构,有效规避了工期延误、工序冲突风险。下一步,项目部将持续紧绷安全质量弦,优化施工组织,稳步推进工程建设,为厦金大桥(厦门段)全线贯通筑牢根基。

（张忠华）

国潮花灯 “点亮”中秋市场

9月16日,在浙江义乌国际商贸城一区,六角宫灯、荷花灯、鱼灯、木雕灯等各式古风国潮花灯集中上市,凭借精致的做工与浓厚的东方韵味,吸引各地客商前来采购。

随着中秋佳节临近,“世界超市”义乌的花灯市场迎来销售旺季。今年,融合了“玉兔望月”“秋月繁花”“万家灯火”等应景元素的中秋花灯备受消费者青睐,订单量持续攀升。



报名费近800元,热门场次门票快速售罄,同时带火备赛训练及相关装备消费 让大家抢着“受虐”的HYROX,吸引力何在?

本报记者 王美茹

一场报名费近800元的健身比赛,名额要靠抢,备赛动辄数月,训练极其辛苦——如此高门槛,依然挡不住人们参赛的热情。

最近,一项名为HYROX的混合体能赛事在一二线城市走红。该赛事源自德国,2024年首场北京站仅有不到2000人参赛,到今年上海站已突破万人,不到两年,单场参赛规模增长了5倍。如今,报名费已涨至799元,热门场次的早鸟票在几分钟内售罄。赛场火爆之外,一门围绕身体、消费与身份认同的新生意正在悄然成型。

报名费只是“入场券”,备赛才是消费大头

HYROX是一项将跑步与功能性训练结合起来的混合体能赛事,比赛由8个1公里跑步和8项固定体能项目交替组成,考验参赛者的综合运动能力。北京市民孟然从2025年8月开始接触HYROX,至今已投入1.5万元~2万元。

孟然算了笔账:单次报名费约700元~800元,若赴外地比赛,住宿和交通还要额外花费2000元~3000元。为备赛,他还购买了筋膜枪,定期做康复、按摩,甚至报了瑜伽课,开销也随之增加。

作为北京HYROX授权训练馆的馆主,谭根对这笔经济账再熟悉不过。在他的场馆里,单节团课定价85元~109元,私教课350元

~450元,10节课的训练营约1500元,月卡则为880元。

“3个月的备赛周期,光是训练费就要花掉2700元左右。”谭根介绍道。除了课程费用,备赛还催生出装备消费热潮——专业训练鞋、队服定制、运动补剂、赛事跟拍,每一项都意味着额外支出。

对参赛者来说,这是一笔看得见消费;对赛事方和相关从业者而言,则是一条不断延伸的产业链。以杭州站为例,约6600名选手参赛,近7000名观众入场,仅门票收入就接近400万元,这还不包括官方摄影等增值服务。

从“减脂”到“竞技”,健身消费正在升级

为什么人们愿意花这么多钱“找罪受”?孟然的回答很干脆:“看重挑战自己,觉得别人能行我也行。”他在意的是综合运动表现的提升,以及在一次次训练中看到自己超越过去的进步。谭根也观察到,前来咨询的人诉求有了变化——“从原先最关心的减脂减重,上升到了运动表现和备赛”。

这种需求变化,也让健身方式发生了改变。HYROX教练刘曼欧发现,如今不少学员不再满足于简单减脂,而是希望通过系统训练提升体能、参加比赛,检验训练成果。她自己也是HYROX参赛者。今年3月,她参加北京HYROX女子单人公开组比赛,以77分40多秒完赛,位列年龄组第5。赛后,她

根据比赛表现调整训练重点。这也是她指导学员的方法:根据比赛表现反推训练重点,让训练有更加明确的目标。

HYROX赛事的走红,也与越来越多人加入健身行有关。根据上海体育大学经济管理学院等机构联合编制的《2025中国运动健身行业数据报告》,国内健身核心用户活跃会员月均到店次数达7.56次,同比提升42.1%;纯力量型“铁馆”新开数量同比增长166.5%。这些数据表明,健身人群的运动参与度正在提高,力量训练等更具专业性的健身方式也受到更多关注。

在这样的背景下,HYROX为健身者提供了一个把日常训练带到赛场、把训练成果转化为竞技体验的平台。北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依认为,HYROX的火爆“填补了全民健身赛事的结构性空白”——当前国内大众赛事以纯耐力项目为主,力量型和功能性健身人群长期缺乏标准化、低门槛的竞技出口。

而当健身有了明确的竞技目标,消费也随之延伸。HYROX统一的赛制、器械和计分规则,让训练成果有了相对清晰的衡量标准。为了备赛,健身者需要投入更多时间和精力,也带动了训练、装备、康复乃至参赛等一系列消费。从追求“瘦下来”到追求“更强”,健身消费正在从满足基础需求,走向更加专业、更具目标感的竞技消费。

“社群+标签”:健身成为新社交货币

在谭根看来,HYROX吸引的不只是希望提升运动表现的人,也逐渐成为一些人认识同好、获得认同的方式。“除了商业上的认可,还需要给自己立更多自律的标签。身份认同感在这里的占比高于社交和解压。”

蒋依依将这种消费升级归纳为三个转向:一是从“凑数式参赛”转向“自我验证”,参赛者更愿意为检验训练成果、获得竞技体验而付费;二是健身消费的社交属性增强,赛事也成为连接同好、获得认同的一种方式;三是对精准、小众、有门槛的内容溢价接受度更高,相比同质化的大众赛事,消费者更看重项目的特色和参与感。

谭根也观察到,HYROX目前已占到场馆常规营业内容的30%,备赛期间可升至35%~40%。截至今年8月,国内官方授权合作健身房已超过500家,赛事也逐渐向三四线城市下沉。

不过,热潮之下也有现实问题。谭根坦言,零基础学员备赛过程“非常痛苦”,体能储备不足容易产生挫败感。蒋依依则建议,赛事要建立更加完善的分级进阶体系,让不同基础的人都能找到适合自己的参与方式,形成“日常训练—备赛—参赛”的持续路径,避免一味追求热度而忽视运动本身的规律。

科技型企业贷款同比增长21.82% 湖北全力推进“科技金融+”专项行动

本报讯（记者张翀 通讯员秦望）近日,湖北省“科技金融+”专项行动推进会在黄石大冶举行,与会代表交流科技金融融合发展实践经验,协同推动“科技金融+”专项行动落地见效。

近年来,湖北省科技创新和科技金融工作取得积极成效。在科技金融赋能服务上,该省科技型企业贷款余额达1.84万亿元,同比增长21.82%;知识价值信用贷款新增971.36亿元,服务企业近2万家次;知识产权质押融资超200亿元,同比增长82%;科创债券累计发行403亿元,平均利率仅1.89%。

在关键核心技术攻关上,湖北在超高层闪存芯片、原子量子计算机、北斗通导遥一体化等领域实现重大突破。该省全国重点实验室达45家,居全国第4位;大科学装置达8个,居全国第4位,全省实验室累计产出亮点成果100余项。

湖北省科技厅副厅长张远钦表示,湖北科技管理系统要聚焦“科技金融+”专项行动,做实项目供给,当好资本与技术的“红娘”;做优信用赋能,提升科技企业融资可得性;做强人才支撑,激发创新创业源头活水;做精平台功能,提升科技金融对接实效;做活制度改革,营造良好创新生态,着力推动科技金融工作实现新突破、取得新成效。

避免“带病复工”“冒险复产” 宁夏出台举措严管事故企业复工复产

本报讯（记者马学礼 李静楠）记者近日从宁夏回族自治区应急管理部门获悉,针对危险化学品、矿山、工贸等行业领域事故企业复工复产工作,有关方面围绕警示教育、教育培训、风险管控、隐患整治、责任追究、复工验收等方面实施6项举措,全链条强化安全监管,守住“不安全不复工”的底线,避免“带病复工”“冒险复产”现象发生。

在安全培训环节,事故企业须健全安全培训管理制度,开展覆盖从主要负责人到一线作业人员的全员培训,并组织严格考核,合格方可上岗。鼓励企业主要负责人、分管安全负责人及安全管理人员考取中级及以上注册安全工程师,其他安全管理人员、车间和班组负责人考取初级及以上注册安全工程师。

在风险管控方面,事故企业主要负责人须牵头开展全流程、全系统风险辨识,完善管控清单,管理人员履职评估结果直接挂钩安全生产责任制考核与绩效管理。隐患排查整治则要求企业全覆盖自查,建立整改清单,实行闭环销号管理。对企业自查遗漏的重大隐患,监管部门将责令限期整改并立案查处;对拒不整改或无法保证安全的,坚决责令停产整顿。

重点文旅区域糕点产品抽检合格率98.2%

本报北京9月17日电（记者蒋茜）记者今天从市场监管总局获悉,中秋、国庆假期即将来临,旅游旺季,大众对特色糕点的消费需求将增加。今年以来,市场监管部门持续对全国文旅景点及周边区域、高速公路服务区的糕点产品开展抽检,截至8月底,共抽检1499批次,合格率为98.2%,结果显示食品安全状况良好。

糕点产品的检验覆盖了群众关注度高的防腐剂、甜味剂、膨松剂、着色剂等食品添加剂,菌落总数、大肠菌群等微生物指标,过氧化值等质量指标以及铅等重金属类项目。发现的不合格问题主要是过氧化值超标和超范围使用食品添加剂。针对抽检发现的不合格食品,各地市场监管部门已及时开展核查处置,严控食品安全风险。

市场监管总局提醒广大消费者,在文旅区域购买糕点产品时,要选择证照齐全的经营门店;选购预包装糕点时,注意查看标签标识是否清晰完整;现制糕点由于保质期普遍较短,尽量即买即食;老人、儿童等特殊人群,需控制高糖高油糕点的食用量,防止过量摄入影响健康;购买糕点时要保留消费凭证,如遇食品安全问题,及时拨打12315热线电话等投诉举报,维护自身合法权益。

第十五届专交会将于11月在江苏无锡举办

本报北京9月17日电（记者时澜娜）记者今天从国家知识产权局获悉,第十五届中国国际专利技术与产品交易会(以下简称专交会)将于11月6日~8日在江苏省无锡市举办。

专交会是我国知识产权领域规格最高、专业性最强、影响力最大的展会活动。本届专交会以“专利链通创新 转化释放价值”为主题,展览总面积约2.2万平方米,设有中国专利奖、地方专利奖成果、专利密集型产品超范围成果、人工智能赋能转化运用、知识产权服务生态、设计驱动生活、科产融合展演一体、地理标志等8大展区。

专交会期间,将在开幕式上举办中国专利奖颁奖大会,并举办多场系列配套活动,着力畅通专利转移转化渠道,推动科技创新与产业创新深度融合,服务实体经济高质量发展。