

报团限制多、旅行社“不接待”、被强制消费……

老年人跟团游阻碍如何破解？

《人民日报》记者 白光迪

■民生一线·关注老年人消费

“您好，我想给父母报名参加旅游团，需要哪些手续？”记者近日在江苏省南京市新街口附近的一家旅行社咨询。得知记者父母年龄超过70岁之后，工作人员表示旅行社不具备接待老年人的能力，可以去一些“较大”的旅行社问问。

报团限制多、旅行社“不接待”、被强制消费……随着生活水平提升，越来越多老年人想出门旅游，却在跟团游上遇到了困难。老年人旅游需求为何得不到有效满足？相关主体有哪些顾虑？应如何破解这些阻碍？针对这些问题，记者进行了采访。

老年旅游团——门槛多、不规范等问题存在

被旅行社拒绝后，记者问：“拒收老年人是否符合规定？”工作人员则表示这是公司规定，自己也没有办法。

随后记者来到附近一家较大的旅行社，店员说可以接待70岁以上老年人，但有一些“门槛”。店员随即掏出一份免责协议：“超过70岁必须签署免责协议，超过75岁必须有直系亲属陪同。”

协议中对70岁以上老年人参团作了这些约定：旅游公司对于因个人原因导致的身体不适或意外伤害，不承担任何责任；对于在旅游中遗失或损坏财物，不负任何赔偿责任；提前做好身体检查并保持良好的身体状况，否则因疾病加重或诱发其他疾病所产生的后果由老年人自行承担……

工作人员提出，签订免责协议后，旅行社还是建议有家人或低龄老人陪同旅行。

除了报团门槛多，老年旅游团还存在不规范情况。业内人士透露，老年旅游团中存在大量不规范“渠道团”。一些保险公司会以答谢客户的名义，以较低价格吸引老年人参团，成团后再将客源带至旅游目的地，交给当地旅行社接待。

“这些团将老年客源‘卖’给当地旅游公司，自己则将大部分甚至是全部旅行经费据为己有。”知情人士告诉记者，当地旅行社几乎是零收入接手旅游团，容易发生强制消费，人身安全和正当权益都难以保障。

以周边游、近郊游为主的“鸡蛋团”也是一大雷区。“这种团以很低的价格吸引老年人参加，还赠送一些礼品，如鸡蛋、大米等，但旅游过程中会诱导老年人购买保健品等商品。”知情人士介绍，这种旅游团大部分不具备资质，存在严重安全隐患。

冰箱冷藏食物怎样保存并食用

《人民日报》记者 朱佩娴

■服务窗

夏季高温潮湿，为了防止食物变质或冰镇解暑，人们更多地选择将其放在冰箱里。冰箱里的食物怎样妥善保存、安全食用？记者采访了河南省中医院肝胆脾胃病科副主任医师赵长普。

各类蔬菜有不同的储藏温度需求，需根据种类分别冷藏或存放于阴凉通风处。赵长普介绍，为了防止绿叶蔬菜被冻伤，应将其包好后再放入冰箱，并确保远离内壁，这类蔬菜的储存时间建议不超过3天。豆角、茄子、番茄和青椒等蔬菜可以在较低温度下保存4至5天。土豆、胡萝卜、洋葱、白萝卜和白菜等蔬菜，既可以在冰箱中长期储存，也可以存放在家中阴凉通风的地方。

鲜牛奶特别是巴氏奶，保质期相对较短，通常仅有一周左右，开盖后应尽快饮用。如未能饮用完毕，可将其密封后冷藏，但只能短暂延长保质期，开盖后最好一天内喝完。

水果放入冰箱冷藏前，建议不要清洗。为防止水分蒸发，可以先用纸袋包裹。若使用塑料袋，需扎些小孔以确保通气，避免水果蒸发的水分成为微生物滋生的温床。

为了解暑，很多人习惯把冰镇过的食物拿出来直接吃。这样吃是否安全健康？

赵长普讲述了一个病例：患者从冰箱里拿出隔夜西瓜，觉得没有明显变味，但为了安全起见把外面的一层削掉只吃中间的西瓜芯。他吃完后开始出现腹痛、腹胀、腹部下坠等不适感，就服用泻药试图把有问题的西瓜排出体外。服用泻药后，他腹泻次数非常多，直到口干、乏力、头晕、体温偏高，便到医院就诊。“检查发现，他不是简单的胃肠炎，而是因为拉肚子太严重，脱水后造成了急性肾功能衰竭。”赵长普说，切开的西瓜放置于冰箱的时间越短越好，最好不要超过两小时，绝对不能过夜，避免滋生大量细菌。

赵长普建议，脾胃虚寒的人，最好不要直接从冰箱里拿出来的食物，可以放一会儿再吃，以减少对胃黏膜的刺激。

还有人在大汗淋漓时会吃冰棍来快速解暑降温，这其实非常不利于健康。赵长普说，此时身体正在调节、降低体温，形成外寒，容易造成外邪犯胃；如果再吃冰镇食物，就会造成内寒，对胃部来说，可谓是雪上加霜。

（转自《人民日报》）



老年人需求——趋向多元，需加强优质供给

“三、二、一，茄子！”来自南京的李莹今年74岁，正在青海省茶卡盐湖景区游玩。退休之后，李阿姨每年出游3到4次。

“旅游给我的生活带来了很多美好，但好旅游团真的不多。”李阿姨坦言，这些年，高品质旅游团增多，但服务细节还有待提升，比如，大部分团没有配备医护人员，旅行线路适老化、个性化不够，游览时常常是走马观花。

李阿姨报名旅游团时也吃过闭门羹。“在一家新开的旅行社，我看到一款产品的路线和行程安排都不错，价格也合适。”李阿姨告诉记者，但旅行社工作人员得知她的年龄后，明确拒绝了报团请求。

“他们说70岁以上的老年人不接待。我问他们这样做有没有依据，对方也含糊其词，始终以该旅行线路有不适合老年人参与的项目作为借口。”李阿姨说，“我身体很好，能完成旅游团安排的行程。很担心再过一两年，更多旅游团不接待我了，自由行又力不从心，到时候想出去玩可费劲喽！”

对于这些问题，有些旅行社也有苦难言。“线下旅行社成团利润一降再降，很多旅行社长期入不敷出，因此很难开发高品质旅行产品。”南京大华国际旅游公司总经理黄义纯坦言，这几年线下旅行社受旅游电子商务冲击明显，在个别旅游线路上“渠道团”“鸡蛋团”等也在抢占市场，导致客源流失严重。

据业内人士透露，旅行社不愿接待高龄游客存在双重现实考量：一是安全问题，“出了意外旅行社承担不起”；二是价格问题，高龄群体人均附加消费额低于中青年客群，“购买力”不足让很多旅行社不愿做老年人生意，这样的情况集中在购物属性较强的旅游团中。

怎样避免劣币驱逐良币？“旅游从业者应该把心思放在产品开发上。”黄义纯认为，市场上优质的旅游供给较少，例如，很多银发专列存在线路不固定、产品不稳定的特点，没有将优秀线路固定下来，个别地方甚至存在利用银发专列政策套取补贴的情况。

银发旅游——继续朝个性化品质化发展

直接拒绝70岁以上老年人参加旅游团是否合法？

中国人民大学法学院教授王雷表示，民法典、老年人权益保障法、消费者权益保护法、旅游法等是保障老年人权益的基本法律依据。旅游法第十一条规定，老年人旅游者在旅游活动中依照法律法规和有关规定享受便利和优惠。

“根据相关规定，旅游者享有平等参与旅游活动的权利，旅行社不能因年龄等原因歧视消费者。如果旅行社的拒绝行为被认定为是对老年人的歧视或违反了相关法律法规的强制性规定，老年游客可以通过法律途径维护自己的合法权益。”王雷说，要求70岁以上老年人参加旅游团时签订协议并不违法，但内容要公平合理，不能免除旅游团应尽的安全保障等主要义务。

老年旅游市场蓬勃发展，需要行业整体优化产品供给。“研究发现，消费观念上，刚退休的人群与更年长群体相比变化较大，更聚焦健康生活，追求老有所乐、老有所学、老有所为。”江苏省旅游学会副会长杨淇深认为，老年群体旅游需求旺盛，并且呈现出对差异化产品的独特偏好，大部分老年消费者认为旅游产品选择较少，在服务质量、产品价格、行程安排、文化体验、信息透明度等方面都应该有所提高。

多样化、个性化、品质化是银发旅游未来发展的方向。杨淇深建议，旅行社和景区可结合地域特色与老年人的兴趣，注重景观价值和文化内涵；针对老年群体的实际需求特征，开发专项产品，加入深度文化体验、养生度假、疗养服务等。同时，关注老年人的社交心理需求，增加参与、互动、交流环节。

（转自《人民日报》）

贴一张三毛钱，『牛皮癣』粘上新『宿主』

共享单车‘小广告’黑灰产业链调查

“看片”“代开发票”“办证”……近年来，共享单车由于流动性强、覆盖面广，逐渐成为城市“牛皮癣”的新“宿主”。海量的“小广告”随着骑行人蔓延至城市各个角落，不仅破坏城市面貌，更暗藏诈骗陷阱、不良诱导，威胁青少年身心健康。

新华每日电讯记者调查发现，当前“小广告”黑灰产业已发展出“务工模式”和“代理模式”两类组织，结构严密、分工精细，推进城市治理现代化，不能对此类“牛皮癣”视而不见，破解顽疾需要多方协同治理。

共享单车成“牛皮癣”新“宿主”

相关数据显示，截至2024年底，我国共享单车（含电单车）投放总量约为713万辆，覆盖全国31个省区市。在北京，2024年共享单车的日均骑行量达353.41万人次。

然而，共享单车为广大市民带来出行便利的同时，也成为无孔不入的“小广告”的目标。它们如同寄生虫，悄然爬上“移动宿主”，坐凳、把手、车篮……都成为它们的栖身之地。

长期以来，乱贴乱发的“小广告”饱受群众诟病。成都一家共享单车企业相关负责人表示，车身“小广告”是企业最大的心病。“过去平均一天要清理约16万辆贴有‘小广告’的单车，耗费大量人力物力。”

“小广告”在推销什么？

除了疏通管道、家电维修等便民服务，不乏大量“擦边”甚至违法内容。

记者曾在一辆共享单车的座位上发现“看片网址”的“小广告”。打开网址，先是弹出色情画面，进而要求“会员充值”，随后的弹窗则是博彩宣传——“充值100即送16888元”“秒提款秒到账”等……

还有共享单车贴有“办证刻章”的字样和电话，记者拨通电话后，一位男子说，广告都是他们自己贴的，“什么证、什么章都可以办。”

成都市委政法委有关负责人表示，车身“小广告”看似事小，危害却不容忽视。不仅造成视觉污染、损害城市文明形象，还滋生违法犯罪风险。

“‘小广告’大多是杀猪盘、涉黄赌的引流，一旦扫码就可能泄露个人信息、掉入诈骗陷阱。”成都市公安局民警陈鹏说。“网络借贷等涉诈广告通过各种方式诱骗群众转账汇款，造成群众直接经济损失，涉黄涉诈等内容助长背后违法犯罪产业链。”

“贴一张三毛钱，一天可挣四五百”

记者调查发现，当前共享单车车身“小广告”已经发展为“务工模式”和“代理模式”两类组织严密、分工精细的黑灰产业链。

——“务工模式”主要通过招聘人员来贴“小广告”，上下游分工明确，利用境外聊天软件“沟通”，隐蔽性强。

“前几年在一间公共厕所墙壁上看到一个招聘网址，说是招兼职、报酬丰厚，我就记下来了。今年我试着登录那个网址，下载了一个聊天App，是一个境外的聊天软件，就这样入行了……”21岁的小陈通过境外聊天App，他的上线联络员给他分配了贴“小广告”的工作，并将喷涂“小广告”的设备直接快递给他，“贴一张三毛钱，一天可挣四五百元”。

因为有利可图，他干得很卖力，每天零点开工，干到早上六七点就收工，几小时贴一辆共享单车，一个晚上大概可以贴2000多辆。

小陈透露，贴一辆他就拍一张照片，汇总后一起发给上线联络员，上线联络员再统一线上结账。

“贴‘小广告’的人员流动快，分布广，成本低。企业每天要清理数万张广告，但喷涂者只需几秒就能让一辆车中招。”成都一家共享单车相关负责人很无奈。

记者了解到，当前从事贴“小广告”的人大多是无业年轻人，不少人是“明知故犯”，为了挣快钱宁愿铤而走险；也有部分是家庭主妇和老年人，有的甚至不清楚自己的行为已经涉嫌违法，觉得“只是找了个活儿干”。

“不法分子利用境外聊天软件来沟通，反侦查意识比较强，而且上下游之间都不认识，通过线上指挥犯罪，这也增加了追查难度。”成都市公安局锦江区分局沙河派出所办案队长王川说。

——“代理模式”则作为色情、追债等黑灰产业的代理，引流新用户参与分成，并可以层层发展下级代理。

“代理的工作就是去线下喷涂‘小广告’，给色情网站引流，一个新用户在色情网站上充值金额的80%会分给代理，利润比较高。”记者暗访中，一名“小广告”业内人士透露，代理也可以发展更多的下级代理，“在更多人成为代理后，‘小广告’曝光率增加，新用户随之增多，收入也源源不断”。

王川表示，沙河派出所近期抓获的一名贴“小广告”的人员，就是一家色情网站的代理，归案时已经引流了400多名新用户注册。

全链条打击，多元化共治

采访中，许多基层干部表示，车身“小广告”是城市“牛皮癣”问题的新表现，需要有效治理。

不少群众提出，希望有关部门对“小广告”开展分类治理：对便民服务的小卡片如维修、清洗、家装等，要使其有生存空间，设置公共信息栏，满足发布正当广告的需求；对涉及违法的“小广告”，则应加大打击力度。

但记者在调查中发现，治理“小广告”顽疾，各地普遍面临缺乏明确法律依据、违法成本相对较低的难题。

成都参照《成都市市容和环境卫生管理条例》第30条规定，对违法张贴“小广告”的行为进行处罚，即认定为“在……其他设施或者户外公共场所悬挂、张贴……宣传品”。但有基层干部坦言，该规定对应的处罚较轻，威慑作用不足。

还有公安民警指出，对于涉黄、涉诈等“小广告”而言，其网址注册地往往都在境外，公安机关治安处罚和刑事打击的效果相对有限。为了破解顽疾，今年5月以来，成都市委政法委牵头，开展对“小广告”的专项整治。公安机关部署专门警力，加强街面巡逻，持续强化治安处罚和刑事打击，截至6月18日，累计抓获涉案人员337人，侦办刑事案件20起，刑事拘留33人；查处行政案件219起，行政处罚298人，移交城管部门16人。

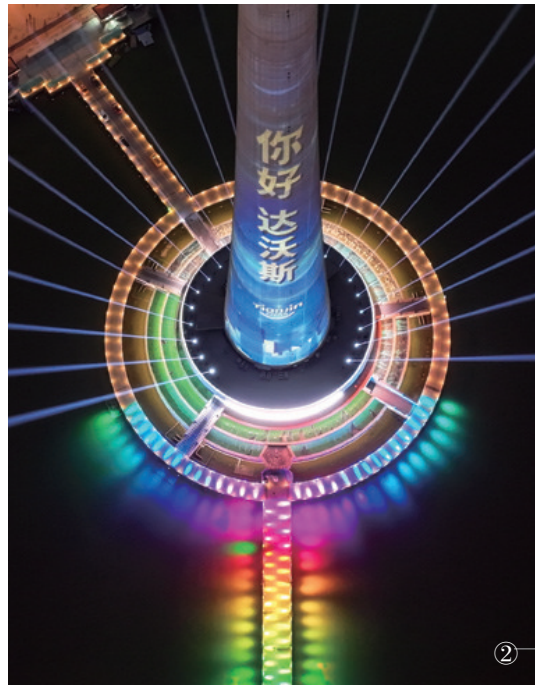
成都市委政法委相关负责人表示，为了动态掌握综合治理成效，成都市已组织发动11万余人次网格员开展8次网格排查，累计排查共享单车136万辆次，发现问题车辆12万余辆次，均已督促现场整改或回收集中清理。

在成都市政法、交通等部门的积极推动下，美团、青桔、哈啰等企业还推出鼓励政策，对在线举报和清理广告的骑行用户给予次卡或优惠券奖励。

技术手段也在升级：在成都，所有美团共享单车关键部位已全部喷涂防粘贴涂层，青桔共享单车车座已更换5万个车筐防粘贴网格。截至目前，成都共享单车企业共订购防粘贴坐垫28万张，预计将于8月底前全部安装到位。

“整治超大城市治理顽疾，必须运用法治思维，坚持法治方式。”成都市委政法委负责人表示，成都正在探索引入检察机关提起公益诉讼，补全刑事打击、行政处罚难以覆盖的治理盲区。

（《新华每日电讯》记者吴光于 董小红 陈地 转自《新华每日电讯》）



天津：流光溢彩迎盛会

世界经济论坛第十六届新领军者年会（又称“夏季达沃斯论坛”）即将在天津开幕。夜色下的天津灯光璀璨，多座地标性建筑点亮楼体灯光，流光溢彩迎接中外宾朋。

新华社记者 孙凡越 摄

①这是6月21日拍摄的天津中心城区海河夜色（无人机照片）。

②这是6月22日拍摄的天津广播电视塔（无人机照片）。