



五一小长假全国客流量将达2.5亿人次

距离“五一”小长假还有十几天时间,来自铁路、民航以及各大旅行平台的数据已经彰显假期旅游的火热趋势。业内人士分析,随着国内疫情防控持续向好,相关部门放开出行限制,长途长线旅游需求将在这个假期得到释放,今年“五一”有望成为“史上最热五一小长假”。

17日,“五一”假期首日火车票

开始发售,很多车次放票不到10分钟就已经售罄,网友们纷纷调侃“又到了拼手速的时候”。广州南站所有的售票窗口都开放使用,满足旅客线下购票需求。

北京站工作人员告诉记者,“五一”的火车票一经开售,立刻销售火爆。尤其5月1日上午的热门目的地车票,几乎瞬间售罄。

12306数据显示,截至17日下午6时,共发售5月1日车票315万张,是2019年同期的3倍以上。

同样的紧俏现象也出现在机票预订。旅游出行平台的数据显示,“五一”期间,国内进出港航班搜索量同比去年已提升超过5倍。目前部分航班经济舱已售罄,机票价格也是水涨船高。以从厦门飞往西安的机票为例,4月29日前机票价格在500元左右,“五一”当天

价格则突破了千元。

今年“五一”假期,以跨省游为主的长线游销售火爆。平台数据显示,租车订单较2019年同期增长了126%,其中近九成都是跨省需求。

《2021年“五一”假期居民出行预测报告》预测,4月30日至5月5日,全国铁路、民航及道路的客流量将达到2.5亿人次左右。全国民航客流量有望突破1000万人次,超

2019年同期水平;全国道路客运量预计将恢复至2019年同期的八成以上,达到1.6亿人次左右。

专家表示,目前全国疫情防控形势向好,为“五一”长假开启绿灯。尽管如此,假日出游期间疫情防控仍不能松懈,要自觉遵守旅途中以及旅游目的地的疫情防控规定,让假期充满活力与欢乐的同时,也能够安全、祥和。(据央视网)

如此“正品”,你敢买吗?

以极低的价格大量采购假冒的国际知名品牌化妆品、护肤品,再通过网络直播平台宣传“保证正品”并对外销售牟利。经江苏省江阴市检察院提起公诉,3月12日,法院以销售假冒注册商标的商品罪判处主犯管某有期徒刑三年三个月,并处罚金22万元。

“这次活动折扣力度大,没有购买的赶紧下单哦!”“香港免税,保证正品!”30岁的徐女士闲来无事刷着某直播平台,一下子就被一名正在推销化妆品的女主播吸引,女主播推荐的好几款化妆品正是徐女士平时用的牌子。

一瓶SK-II精华只要280元?一支阿玛尼口红也仅需78元?在SK-II官方旗舰店中,一瓶230ml的精华定价1500元左右。这家店的商品价格都只有柜面价的五分之一,甚至更低,徐女士心里有些怀疑。

“别犹豫,这家店的产品超赚,用了效果很好,绝对是正品。”“希望能抢到优惠。”

直播屏幕下方,买家互动留言不断飘过,这打消了徐女士的最后一丝疑虑,于是徐女士陆续下单消费了2000余元。然而,欣喜的泡沫

来得快,消散得更快。

几天后,徐女士收到了商家寄来的快递,“我平时用的都是正品,在直播间买的化妆品、护肤品和我正在用的明显不一样。”徐女士发现,寄过来的商品包装材质很粗糙,印刷字迹模糊不清,精华涂在脸上感觉很不舒服,香水也有一股浓浓的香精味,感觉是假货,随后她多番联系客服,对方才同意退货。与徐女士有着同样遭遇的消费者,全国范围内还有2000余名,以30岁至40岁的女性为主,涉及江苏、上海、浙江、湖北等10余个省份。

群众举报时称:“在直播间买的口红太假了,和正品颜色差距太大,正品有巧克力味道,它这个就是一股甘油味。”2020年1月,根据群众举报,江阴市市场监督管理局在某大楼五层当场查获正在直播销售化妆品的两名主播管某婷、张某(均另案处理)。

检察官提醒,消费者在网络购物时,要选择正规平台及官方认证的旗舰店,不要为了贪小便宜而上当受骗;网络直播营销平台也要加强对入驻商家的资质审查和监督管理,规范平台交易秩序,畅通用户投诉渠道。(据《检察日报》)

国产宫颈癌二价疫苗落地江西

记者4月18日获悉,国产宫颈癌二价疫苗目前已落地江西,价格仅为进口的一半,适用年龄为9岁至45岁。研究显示,该疫苗对宫颈癌风险的防控率可达84.5%,从而让适龄接种人群远离宫颈癌发病风险。

宫颈癌疫苗,又称为HPV疫苗,是一种预防宫颈癌发病的疫苗。研究显示,超过84.5%的宫颈癌由HPV(乳头状瘤病毒)16和HPV18型病毒感染引发,省内上市的二价和四价疫苗都能防御这两

种最危险的癌前病变,对宫颈癌风险的防控率可达84.5%。九价疫苗对宫颈癌风险的防控率为90%。

据介绍,已落地的二价疫苗一针价格为329元,加上25元的注射费,成年人全程注射下来花费1000元左右,是进口二价疫苗价格的一半。9岁至14岁年龄段只需打两针,接种价格会更加便宜。不过,由于目前产能有限,江西省民接种还需到防疫部门、医院、社区卫生服务机构预约。(钟端浪)

电子围栏治“乱放” 准入机制管“乱投”

南昌积极推进共享单车智慧化管理

为全力提升群众的获得感、幸福感,南昌市西湖区城市管理行政执法大队根据市城管局“互联网租赁自行车集中整治会议”部署要求,坚持依法治理、源头治理、科技治理,按照一个监管平台控“总量”、一个电子围栏治“乱放”、一套准入机制管“乱投”、一套工作制度保“联动”、一支机动队伍抓“整治”的综合管理新模式,着力解决共享单车管理难题。

各综合执法队对辖区内未按

规定停放的共享单车及时清理、集中停放,对已经退出市场、长期没有使用以及损坏无法使用的共享单车进行清理登记、统一管理,对车辆密集并且停放混乱的区域重点监督提醒,整改不到位、无法做到长效管理的实行强制暂扣并顶格处罚。自4月18日专项整治活动开展以来,现场规范劝导2130人次,协助规整车辆2700辆,清理暂扣车辆1800辆。

(章澄清壹)

列车长巡查时为乘客找回失物

2021年4月17日,由南昌客运段动车三队值乘的G1406次广州南开往南昌西的列车上,一位粗心的旅客在用完洗手间后将手提包遗忘在洗手间挂钩上了,列车长黄倩在巡查车厢发现后第一时间进行查看,发现里面有一个奔驰车钥匙及旅客身份证,物品十分贵重,黄倩立即使用终端机查验旅客身份证号码,发现旅客还未下车,马上找到旅客,旅客才恍然大悟自己的包包不见了,拿到包后,该旅客对列车长的行为深表感谢。

(龚娟 甘青青 袁玉川 万丽娜)

“炒熊”? 当心被割了“韭菜”!

继“炒鞋”之后,“炒熊”又成了当下“炒”局里的一个热点,一些其实很平常的积木类熊造型玩具,被炒到了十几万元甚至更高。

记者调查发现,“炒熊”背后黑幕重重,一些年轻人渴望“一夜暴富”,盲目入市“炒熊”,殊不知套路重重、暗藏风险,多数人或将面临被“割韭菜”的命运。

积木熊遭热炒 有的售价高达十几万元

广州的小严靠出售一只限量积木熊赚了一笔。他经常购买的服装品牌与日本某公司联名推出一款国内限量发售的积木熊。因为听说能升值,他抱着试一试的心态花2000元买下了那只限量熊。“把熊挂在一个二手交易平台上,有人出价三千多买走了。”小严说。

2001年8月,日本一家公司正式推出积木熊产品。其后,该公司创始人开始与各大品牌、人气IP联名,与全球不同领域的设计师或艺术家合作,在玩偶基础上进行改造,让其成为潮流品。

记者在某电商平台搜索“积木熊”,出现了近2000件商品,价格从一百多元到十万元以上不等。一款某品牌六周年限定版、尺寸72厘米的积木熊,售价高达144999元。

记者调查发现,近期,一些人已瞄准“炒熊”商机,开始大量收购并择机高价卖出。有粉丝量数万的博主在网上分享难辨真伪,靠“炒熊”套现发财的视频,评论区不乏羡慕声音。一些年轻人受暴利刺激入市,渴望靠“炒熊”挣钱。

“抢熊”“囤熊”“炒熊” 背后套路重重

原价几百元到几千元不等的积木熊,何以从“潮品”摇身一变成



为“炒品”?

记者采访了解到,除了一部分真正的积木熊爱好者,越来越多的人是嗅到商机跟风入市。

据受访者反映,目前积木熊市场还出现了“囤熊”抬价、“抢熊”外挂、“洗熊”造假等套路。

小范介绍,一些人会从代购、“熊贩子”处大量“囤熊”,营造款式紧缺的表象,然后在电商平台高价卖出。“资金充足的玩家可以获取大量上游货源,逐步哄抬价格;随后一些有炒‘潮玩’经验的‘黄牛’、二手玩家入场继续将市场炒热,他们层层牟利,最后被收割的往往是‘小散户’。”

此外,由于购买渠道较少,积木熊买卖离不开交易平台,平台发挥着担保、鉴定等作用,会收取买卖方的保证金和服务费,共计约占售价10%;且如果出现货物被平台鉴定为假货等情况,保证金不会被退回。

对平台操作规则较为熟悉的小严说,因为货品寄送、平台“验真”等环节都缺乏第三方监管,无法实现全过程追溯,所以一旦出现假货问题,到底“假”在哪个环节容易发生争议,维权难度大。

热炒“潮玩”藏风险 或催生一批“韭菜后”

积木熊、盲盒、球鞋……近年来,一些“潮玩”引起的“炒”局越来越突破大众的认知底线。

业内人士分析认为,“潮玩”流行,背后多有电商平台和资本助推。平台通过设计营销话题、借助名人效应打造产品噱头,逐渐形成消费潮流,以此获利。不同于实体经济,这些消费品的价值很大程度上来源于商家打造的“故事”和消费者的心理预期,其中泡沫成分很大,“投资”风险很高。一些炒家以多重套路抬高价格,将风险转嫁给普通消费者,需要引起警惕。

事实上,记者注意到,一款梵高2.0自画像积木熊就经历过价格由一万多元跌至3000多元的起伏,不少人在价格持续下跌时选择了亏本“抛售”。

多位受访人士提醒,任何投资都有不可规避的风险,面对价值虚浮不定的工业化产品尤要谨慎,避免为图“一夜暴富”而盲目跟风,防止“潮玩”被“炒完”、被“割韭菜”。(据新华社)

节假日酒店大幅涨价需综合应对

随着防疫形势稳定和疫苗接种率提高,国内旅游业回暖,即将到来的“五一”假期有望成为“史上最热黄金周”。游客的出游热情高涨,直接带动酒店价格水涨船高。从同程旅行发布的这份预报来看,各地酒店“涨”声一片,最高的秦皇岛上涨两倍多。

近年来,“每逢佳节必涨价”成为许多酒店的保留节目。据报道,在疫情之前的2019年十一黄金周,全国酒店普遍涨价至少2倍,最多涨价达14倍之多。酒店业服务实行市场调节价,经营者有自主定价的权利。从经济学讲,商品价格除了取决于成本因素外,还受供求关系影响,供大于求,价格下跌;供不应求,价格上涨。节假日期间,公众扎堆出行,热门城市和景区酒店爆满,一房难求,这无疑给了经营者涨价的底气。

对此,一些消费者在表示理解的同时,也提出了质疑:有的酒店动辄涨价几倍、十几倍,是不是有些太“任性”了?有些酒店一味跟风涨价,设施服务和价格完全不匹配,明明是普通的快捷酒店,却赶上五星级酒店的房价。

从公平交易的角度来看,节假日酒店价格可以上涨,但也应该在合理范围内,不应漫天要价,大涨乱涨。否则,不仅直接加重了游客的经济负担,而且容易损害城市的外部形象,不利于当地旅游业的长远发展。对此,有关部门应引起重视,综合施策,有效化解。

首先,适时价格干预。《价格法》在赋予经营者自主制定属于市场调节的价格同时,规定“与国民经济发展和人民生活关系重大的极少数商品价格”,政府在必要时可以实行政府指导价或者政府定价。

其次,加强执法监督。节假日期间是哄抬价格、串通涨价、价格欺诈等价格违法行为高发时段,有关部门应加大监管力度,开展节假日价格专项检查,对于不按规定明码标价、预订成功后酒店单方面毁约、平台滥用大数据杀熟等现象依法查处,以儆效尤。

此外,落实带薪休假。归根结底,节假日酒店大幅涨价,源于公众“井喷式出游”,这也从侧面折射出带薪休假落实不力的尴尬。去年8月,人社部在答复全国人大代表建议时表示,将落实带薪休假制度作为劳动保障监察的重点内容,依法监督检查用人单位贯彻执行带薪休假制度情况。

从长远来看,只有带薪休假全面落实,公众自主错峰出游,才能化解市场结构性供需矛盾,为酒店任性涨价釜底抽薪。(据《北京青年报》)