



烟台日报社主管主办 国内统一刊号CN 37-0073 总第6041期
今晨6点编辑部出版 2025.11.24 星期一 农历十月初五

新时代儿童文学高质量发展座谈会 聚焦立德树人与原创精品

11月19日,由中国作家协会主办的新时代儿童文学高质量发展座谈会在湖南长沙举行。第十二届全国优秀儿童文学奖获奖作家、评委及编辑代表齐聚一堂,共同探讨儿童文学在新时代的使命与发展路径。

中国作协有关负责人表示,本届全国优秀儿童文学奖评选,是对新时代儿童文学的一次全面检阅。获奖的18部作品生动展现了少年儿童昂扬向上的精神风貌,深深扎根现实生活土壤,以鲜明的导向性引导少年儿童感悟生活、砥砺品格。座谈会上,与会代表围绕儿童文学的创作导向、原创能力、现实关怀与精品意识展开深入交流。大家认为,儿童文学应牢牢把握“立德树人”核心任务,弘扬社会主义核心价值观,引导少年儿童热爱国家、认同文化、理解民族复兴的伟大事业。

据新华社

花钱买景区“快通” 暗藏消费陷阱

“花高价买了官方快速通道,结果却跟着导游在园区快速赶路,热门项目依旧要排长队……”今年8月,在第三方平台的上海迪士尼乐园官方售票页面,小敏下单了累计价值上万元的“1日票+8项快通+快速入园”套餐。她原本期待能畅快游玩一场,没想到最后成了“花钱买罪受”。

“快通”,是景区为提升体验设置的快速专用通道,主要服务持特定门票的游客。每逢假期,一些顶流景区成为家庭出游的热门选择,“优速通”“尊享卡”等官方快速服务开售就秒空。面对市场需求,有的第三方平台和旅行社推出“项目快通”“快速游玩”等服务套餐。然而记者采访发现,此类看似划算、便捷的套餐却暗藏消费陷阱。

A “快通”服务竟变成导游带着快跑

“从第三方平台进入景区官方购票页面,确认套餐包含官方快速通道权益,没想到还是‘踩坑’了。”小敏告诉记者,她购买的是三大三小的“项目快通”套餐,累计花费10494元。“这是一笔不小的费用,因此她选择了平时常用的大平台,预订前还反复核对了套餐说明。”

然而,与套餐配备的带队导游对接后,小敏就发现了不对劲:“所谓的‘项目快通’并非景区官方的快速排队权益,而是导游带着‘打时间差’。”“大热

天,一行人跟着导游在景区里四处奔跑,哪里排队的人少就往哪里去,本质上还是和普通游客一样。”很多热门项目要排队1小时以上,套餐里宣传的“20分钟快速排队”根本不现实。”

记者了解到,小敏购买的套餐服务是由江苏常州某旅行社提供,目前该套餐仍在平台售卖。

在上海、北京等地热门IP景区周边,类似“踩坑”经历时有发生。北京的小谷就曾被环球影城附近酒店的接送车服务“忽悠”。“导游说180元就能带我们走‘快

速通道’,一天玩遍8个经典项目。结果刚到第一个项目门口,人就不见了。”

“这些‘黑导游’惯用‘文字游戏’,打着‘快速游玩导览服务’的幌子,让游客误以为能走快速通道,实则只是带着游客满园跑,还有的是带着游客翻栏杆、插队。”北京通州文景派出所民警此前在相关整治行动中说。

记者了解到,部分“黑导游”还通过抢票器等非法手段获得官方“优速通”,并加价倒卖牟利,一张200元的单项“优速通”常被加价上百元后出售。

B 商家模糊性表述让消费者产生误解

据一位业内人士透露,“快通”类陷阱之所以能屡屡得手,核心原因是部分商家利用游客首次前往景区游

玩,对入园流程、“快速通行证”规则不熟悉等特点,玩“文字游戏”。

记者查看多个第三方平台发现,此类问题套餐的宣传套路高度相似:套餐名称使用“快通”“快速游览”“VIP尊享”等与官方服务高度混淆的词汇,让游客误以为是官方授权的免排队服务。在“购买须知”细则中,具体权益的表述也含混不清,不明确标注是否为官方授权服务。

记者以游客身份就“项目快通”等套餐咨询某平台客服,对方表示:“‘项目快通’并非官方‘尊享卡’,可以帮助减少排队时间,但并不能免排队。”而且在该平台订购页面,客服服务入口十分隐蔽,难以找到。

记者在上海迪士尼乐园官网查询到,小敏预订的旅行社并不在景区官方合作名单中,她使用的平台和一些常用的第三方预订平台也不在景区官方合作平台的名单中。

对此,迪士尼乐园官方客服回应称,乐园“尊享卡”的相关产品和服务仅在官方网站、APP、微信等销售,目前市面上的预订渠道较多,游客应提前与旅行社或第三方平台确认清楚服务内容。

上海隽宜律师事务所创始高级合伙人毛梦凌表示,商业宣传使用“项目快通”“快速游览”等模糊性表述,容易让消费者产生误解,进而影响决策。此类行为可能涉嫌虚假宣传,属于不正当竞争行为。

C 多部门协作保障安心出游

旅游业内人士认为,混乱的代订业务会直接损害游客对景区的体验和信任,从维护景区信誉和消费者合法权益的角度看,景区有理由和责任确保其合作方提供真实、准确的信息。

武汉大学法学院副教授彭超对记者表示,此类“快通”乱象涉及主体多,责任认定复杂,因此治理难度较大,有关监管部门、平台、景区等多方主体应协同发力,保障游客安心出游。

“一方面,可以考虑增设‘旅游广告负面清单’,将‘零元团’‘快速游览’等带有附加条件却未同步进行显著提示的‘文字游戏’,列为典型虚假广告。”彭超说,另一方面,可使用“第三方先赔后追”方式,明确在线旅游平台对入驻商家的虚假宣传承担连带赔偿责任,如接到游客投诉,平台需在规定时间内先行垫付退赔费用,再向商家追偿,以此倒逼平台加强审核业务。

记者了解到,多地公安部门也在集中整治景区“黑导游”、不当宣传等问题。今年5月,上海浦东新区文化体育和旅游局执法大队对迪士尼乐园过往客运大巴车开展全面检查,核实旅行社和带队导游的业务资质和行程安排情况。

值得注意的是,游客也应加强自身辨别能力,购买相关服务产品时,仔细阅读详情说明。同时,应当主动核实商家资质,通过官方渠道查询旅行社资质,尽量通过景区官方渠道购买相关服务。

据《工人日报》

