

选了“最低票价”反而多花钱?

打开在线旅游平台选购机票、火车票时,你是否总被页面醒目位置的“最低价”吸引?下意识点击最低价,结算时却发现实际支付金额高于标价。殊不知,这正是平台精心设计的“新套路”。

部分平台标榜的“最低价”,并非真正让利优惠,而是引诱用户上钩的诱饵,让本该清晰透明的消费选择变得迷雾重重。这些“隐形账单”是如何产生的?消费者的知情权与选择权又该如何保障?

“最低价”背后暗藏消费陷阱

“看似最便宜,实则更昂贵”。部分平台瞄准用户“比价选低”的消费习惯,通过“价格诱导”策略引导点击。例如,在某订票App上,系统按价格从低到高排序后,页面最低价显示为698元,可到了结算环节,这个票价还要加上被捆绑的61元延误礼包,即便减去平台给的27元优惠,最终实付金额为869元。而当消费者返回重新选择标价为709元的“裸价”机票时,在机票、基建费、燃油费完全相同的前提下,虽然只能减去16元的平台优惠,却因无捆绑礼包,最终实付仅为819元,反而比所谓的“最低价”便宜50元。

这种现象并非个例。若消费者付款前没有仔细核对价格明细,就很难察觉“低价”套餐其实捆绑了五花八门的额外服务。平台看似给消费者让利,提供“最低价”选项,方便消费者比价选择,实则是拿捏用户的消费习惯来设计“套路”,让不少人直呼“坑坑不一样,坑坑躲不过!”

“捆绑搭售”究竟错在哪

事实上,售票平台的搭售乱象并非新鲜事。此前,平台以“默认勾选”方式捆绑保险、加速包等服务的行为,就曾引发广泛诟病。对此,2019年起施行的《中华人民共和国电子商务法》早已明确规定:电子商务经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

经过监管整治,强制捆绑行为确实大幅收敛,

但更隐蔽的“价格陷阱”也让消费者更容易上当。

中央党校(国家行政学院)政治和法律教研部教授、宪法行政法教研室主任张效羽表示,一方面,这种以低价为诱饵的隐性捆绑侵害消费者的选择权。在案例中,平台展示的“最低价”,仅仅是机票单品的价格,却故意包装成整套产品的总价为最低价,正是这种行为误导消费者产生认知偏差。

另一方面,这种由“默认勾选”升级而来的隐形套路,进一步加剧了行业乱象,也让消费者陷入维权困境。由于这类新型捆绑行为在认定和取证环节存在诸多难点,消费者往往因维权成本高、收益低而放弃追责,一定程度上反而变相助长了平台违规行为的泛滥。

安心出行,不应有“套路”

对平台而言,必须摒弃“套路盈利”的短视思维,回归票务服务的经营本质,把选择权清清楚楚还给用户,以透明定价、优质服务筑牢口碑根基,让消费者明明白白消费。张效羽认为,对于平台来说,不是不能搭售,但必须确保相关信息在显著位置展示,并充分获得消费者同意,做到依法搭售、诚实搭售。只有当平台盈利模式不再建立在“套路”消费者的基础上,平台才能走得更远、更持续。

对监管部门来说,则要亮出“利剑”,针对平台捆绑搭售的“新变种”“新套路”,进一步细化认定标准,划清规则红线,压缩平台打“擦边球”的空间。张效羽表示,监管部门应当对消费者投诉较多的平台开展集中执法整顿,依法对其进行罚款,规范市场秩序。对于已经支付的订单,应赋予消费者对搭售产品的七天无理由退货退款权,从制度层面为消费者“撑腰”。同时,消费者也要擦亮双眼,仔细对比,才能破除“低价幻象”的套路。

互联网经济的核心优势在于便捷与透明,让购票回归简单,让“最低价”真正代表性价比而非诱人入坑的陷阱,这既是消费者的迫切期待,也是行业健康发展的必然要求。

据新华社

八部门发文助力 培育优质养老服务经营主体

新华社北京1月13日电(记者朱高祥)记者1月13日从民政部获悉,民政部等八部门近日联合印发《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》。文件涵盖品牌建设、供需对接、科技赋能、环境优化和要素扶持等五个方面共14项具体举措,旨在促进我国养老服务和银发经济高质量发展。

在推进品牌化建设方面,文件提出,支持连锁化养老服务经营主体设置具有品牌特色的标识牌匾,提升品牌认知度;鼓励和支持各类养老服务经营主体将特征显著、便于识别的标志申请注册商标。同时,择优将养老服务品牌纳入中国消费名品方阵,打造具有示

范带动作用的养老服务领域知名品牌和龙头企业。

为促进养老服务市场化供需对接,文件明确,引导养老服务机构通过连锁化运营等方式进入社区,以社区为载体整合周边资源提供服务,鼓励家政企业积极发展老年人居家照护服务;支持各地立足本地实际,依托现有平台开辟养老专区。

文件还提出,优化养老服务发展环境。要求各地加快养老机构分类改革,持续优化各类型养老机构经营主体支持政策,在养老服务项目政府采购过程中不得设置损害公平竞争的限制性条款,禁止通过隐性条款限制异地养老机构落地。此外,要合理确定养老服务机构行政检查方式,规范检查行为等。

2025年全国营业性演出 票房收入超616亿元

新华社北京1月13日电(记者邢拓)中国演出行业协会13日发布的2025年全国演出市场简报显示,2025年全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次为64.04万场,同比增长6.58%;票房收入为616.55亿元,同比增长6.39%,全国演出市场呈现出蓬勃向上的发展态势。

简报显示,2025年全国5000人以上的大型营业性演出票房收入达324.48亿元。大型演出持续火热一方面得益于各地政策的大力推动,充分释放市场活力;另一方面在于演出项目与地区旅游相结合,“票根经济”提升了消费意愿。大型演出成为地方文旅消费的强力引擎,释放消费乘数效应。

纵观全国舞台艺术演出市场,市场化程度较高的艺术门类演出保持上升态势。以音乐剧为例,2025年全国音乐剧演出票房收入同比增长7.55%。主旋律题材创作更加踊跃,《寻找李二狗》《夜幕下的哈尔滨》等用细腻的表演、精美的制作、高质量的舞台呈现滋养精神家园。古韵国风成为演出市场的“顶流审美”,《锦衣卫之刀与花》《大状王》等国风音乐剧植根传统文化沃土,掀起观演热潮。

话剧市场则呈现经典改编与原创新题材双轨并行的格局。舞剧原创热度持续上升,《三国志》《牡丹亭》等深度结合传统文化与地域特色的新剧目颇受市场关注。同时,《红楼梦》《只此青绿》等项目以持续不断的演出与票房收益保持市场头部地位。

旅游演艺方面,2025年全国大中型旅游演艺项目票房收入为174.42亿元。无人机、焰火等新型表演的应用,沉浸式场景、互动环节日趋丰富,正不断提升旅游演艺项目的吸引力。此外,不少项目将国潮IP与文旅深度融合,让更多传统艺术焕发新生。

中东部地区回暖升温 东北西北多地降温降雪

新华社北京1月13日电 虽说“冷在三九”,我国中东部地区近期却普遍回暖、不断升温。记者1月13日从中国气象局了解到,中东部地区温度将会维持稳定至1月16日。与此同时,新疆北部、东北地区、内蒙古中部出现大风降温降雪,未来3天将有小到中雪,局地大到暴雪。

中央气象台预计,13日夜后至16日,东北地区中南部、新疆北部、内蒙古中西部、甘肃西部等地气温将先后下降4℃至8℃,局地降温超过10℃。新疆北部、内蒙古中部、东北地区等地有小到中雪,其中新疆北部、吉林东部局地有大到暴雪。

气象专家建议,江南、华南等地森林火险气象等级高,需做好森林和城乡防火工作;新疆北部、内蒙古中部、东北地区等地多降雪,需关注大风降温、降雪天气对能源供应、设施农业、交通运输、人体健康等带来的影响。

婴幼儿纤维制品和贴身内衣 将禁用再加工纤维作为原料

新华社北京1月13日电(记者赵文君)记者13日从市场监管总局获悉,新修订的《纤维制品质量监督管理办法》和《絮用纤维制品通用技术要求》已于近日出台,将于2026年7月1日起施行。

絮用纤维制品是由外包物和内填充物组成的纤维制品,在日常生活中被广泛使用,如棉被、棉服、羽绒服等,其内在填充物的质量看不见、摸不着,具有一定隐蔽性。

新修订的管理办法将婴幼儿纤维制品、学生服、内衣、絮用纤维制品等产品作为重点监管对象。对婴幼儿纤维制品和贴身内衣等重点产品,明确禁止使用再加工纤维作为原料进行生产。对学生服等具有集中采购、统一使用特点的产品,严格执行供货前送检制度,确保每一批次产品经检验合格后方可交付。要求学生服、内衣、婴幼儿纤维制品等产品标识应包含纤维成分、含量及安全类别。对于非生活用絮用纤维制品,必须在显著位置标注“非生活用品”耐久性标签,保障消费者知情权。



20兆瓦海上风电机组在闽南海域完成吊装

■1月13日在闽南海域拍摄的“大桥海风”号2000吨自升式海上风电安装平台和吊装完成的20兆瓦海上风电机组(无人机照片)。

1月13日,由三峡集团与金风科技联合设计建造和示范应用的20兆瓦海上风电机组在福建闽南海域完成吊装。该机组的成功吊装,是我国海上风电大容量机型应用的又一重要突破。

新华社记者 林善传 摄