

旅游线上购票 小心“门票+讲解”陷阱

北京暑期游正火热，张女士想帮来北京旅游的亲戚提前购买景点门票，“我在小程序上搜索恭王府门票，出来的第一个就点进去了。”结果，小程序上显示，恭王府成人票80元。“不应该是40元吗？”张女士有点糊涂了。这个小程序上还有北京其他热门景区门票，再看天坛公园门票，好家伙，成人票75元。这回，张女士不糊涂了，“天坛公园大门门票只要15元，就算加上祈年殿等的公园联票也只要35元，贵出一倍多。”

记者发现，手机小程序搜索北京部分热门景区购票后，有部分是旅行社广告，显示可购买景区门票，但仔细查看会发现个中猫腻：售卖门票虽然是原价，但是会捆绑销售语音讲解，并且会直接购买园中园门票，一不留神就会买到“套票”。而在热门景区的官方小程序上买票，会明确标明大门票、联票，让游客自行选择，仅购买基础门票即可入园。北京市文旅局提醒游客，热门景区或场所大多自有预约平台，不存在和第三方平台的合作。

非景区官方小程序浑水摸鱼

近日，市民张女士在购买景区门票时发现，在微信小程序搜索框输入“恭王府门票预约”后，点开了排在首位的小程序购票显示：成人票80元，老人票、儿童票、学生票都是60元，包括大门票和手机语音讲解。“可是我只想买门票，不想买语音讲解。但购票页面并没有这一选项。”张女士告诉记者，由于此前并没有在恭王府的微信小程序购买过门票，她当时差点以为这个排位第一的便是官方购票小程序。

这个捆绑销售语音讲解的小程序是什么来路？记者打开微信小程序，按照张女士的流程搜索恭王府购票后发现，排在第一个位置的是名为“京旅行”的小程序，点击进入后，不仅有恭王府，还有故宫、颐和园、八达岭长城等景区的门票销售，涵盖了北京大部分热门景点。但是，“京旅行”实际注册公司为北京一家旅行社，并非任何一家景区的官方微信公众账号。

同时记者注意到，搜索恭王府、故宫、颐和园、天坛、八达岭长城等景区，排在靠前位置的是“星小微”“北京景点门票微购票”“北京博物馆预约”等以旅行社为注册单位的企业小程序，小程序右上角大多有浅灰色、小号字体标注着“广告”两个字，但无一例外都可以购票，消费者稍不注意就可能点击进去。

门票捆绑销售语音讲解

记者注意到，几乎所有旅行社购票小程序的景区门票都捆绑销售语音讲解服务，消费者不能单独购买景区门票，销售价格也比官方售价贵了几十元。

比如，“京旅行”小程序中恭王府成人门票（含手机语音讲解）售价为80元，颐和园成人票售价为45元，下单后需要手机导览可联系客服。“北京景点门票微购票”小程序颐和园门票（大门票+苏州街+德和园+佛香阁+颐和园博物馆）+电子导览的售价为100元。

然而，在景区官方账号购买门票，游客可以自主选择。记者对比了各景区官方微信小程序上的门票价格，恭王府博物馆官方小程序上成人门票为40元，不销售手机语音讲解，游客可在小程序上获得详细的每一个景点的介绍。颐和园官方小程序上成人门票仅需30元，而符合相关政策的优惠票只要15元。除此之外，还有其他线上服务，游客可以在小程序免费获得语音版本的景点介绍，也可以识文辨景，跟着推荐线路游览公园。

旅行社代购故宫门票收取手续费

记者注意到，虽然是旅游旺季，但是北京大部分景区的门票数量仍十分充足。游客还可在“畅游公园”微信公众号、小程序购买颐和园、北海公园、北京动物园、香山公园等北京市属公园门票或者景区联票以及优惠票，票量仍旧十分充足。此外，八达岭长城、慕田峪长城的官方微信公众号也都能购买当日门票。

记者注意到，这些旅行社的购票小程序均显示，故宫门票需提前7天购买。由于故宫门票销售火爆，一旦购票成功，有的旅行社收取50%的手续费，有的则显示不可退票。一家旅行社微信小程序客服人员称，故宫门票销售火爆，因此一旦购票成功，如果退票，要收取手续费。

记者了解到，故宫博物院不售当日票，并且未授权任何第三方机构或个人代理门票（大门票和钟表馆、珍宝馆门票）及展览预约业务。旺季门票60元/人，18周岁以上、本科及以下学历（不含成人教育），可购学生票，淡旺季均为20元/人。60周岁以上（含60周岁）老年人凭有效身份证原件，门票半价优惠。未使用的门票（大门票和钟表馆、珍宝馆门票）可于参观前一日24:00前通过原订票渠道退票，不计爽约；参观当日20:00前仍可退票，计1次爽约；参观当日20:00后不可退票退款。

提醒：预约购票要登录官网或官方小程序

北京市文旅局提醒游客，热门景区或场所大多自有预约平台，不存在和第三方平台的合作，建议市民和游客登录官方网站或小程序了解预约政策、预约时间等信息，提前预约购买门票。另外，针对旅行社产品中涉及热门景区及著名高校等点位游览行程的情况，游客应与旅行社在旅游合同中明确标注是进行外国参观还是进入校园内部，以免发生纠纷。

律师：门票捆绑讲解销售或涉嫌违法

北京岳成律师事务所律师刘佳音表示，如果旅行社捆绑销售手机语音讲解服务且不能单独购买门票，则涉嫌违反电子商务法第十九条：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。

刘佳音表示，捆绑销售手机语音讲解服务，商家应当以显著方式提请消费者注意，并由消费者自行选择是否同时购买手机语音讲解服务，即应当设置仅购买门票和同时购买门票及手机语音讲解服务的不同选项，以保障消费者的自主选择权。

本报综合消息

一个月卖出200只，“点翠大蟑螂”意外走红



“我到底为什么需要做这么多蟑螂？你们不能买我店里的其他东西吗？”90后店主月月一边将吐槽发到社交平台，一边马不停蹄赶工，手里的“点翠大蟑螂”订单还有不少，现在预订要排很久的队。

粉丝排队“求同款”

月月是一名“90后”，有两个管理学硕士学位，是个标准的“斜杠”青年。虽然不是非遗代表性传承人，但因为热爱，她就自学了点翠、景泰蓝、绒花等十几种非遗技艺。她参加贵州省的旅游商品大赛，获得了金奖和铜奖，很多作品还被使领馆当作礼物送给来访宾客。“我非常喜欢咱们的传统文化，觉得传统技艺不能只躺在博物馆里，想让更多年轻人不用那么高的门槛就能拥有非遗手作，于是自学成才。”月月告诉记者，她现在有5个发明专利都已经处于实质性审查阶段。

今年6月份，一位朋友看到月月成功复刻过很多顶凤冠，来找她“定制”一份特殊的礼物——点翠大蟑螂发簪，送给朋友当生日礼物。“开始我是拒绝的，可是她给的实在太多了。”月月笑着说，“上网找图片、画设计图、开干……我把过程剪成视频发到网上，没想到视频火了，很多粉丝私信我，让我多做些点翠大蟑螂，我‘被迫营业’。”

排队“求同款”的粉丝越来越多，月月干脆去打样、开模，然后开起了这家叫“闲月非遗手作”的小店。“我线下其实挺忙，本来不想做线上。但是很

多粉丝表示喜欢，能让更多人了解点翠这项传统技艺，还是挺有意义的。”月月表示，她没怎么挣扎就接受了点翠大蟑螂比其他传统题材的作品卖得火这件事儿，“每一代有每一代的审美嘛，好歹能传下去不是？”

线上店开业仅一个月，店里售出的非遗手作就有几百件，其中“点翠大蟑螂胸针”和“景泰蓝大蟑螂胸针、发簪”等蟑螂非遗手作销量占了90%。

在粉丝眼中，月月已经沉浸在“螂的诱惑”中无法自拔了。为了将点翠大蟑螂做得更逼真，月月专门抓了几只活蟑螂观察，“尤其是腹部，完全复刻真蟑螂”。为了避免收到货的网友不知道怎么大蟑螂胸针，她还“贴心”送上改造教程：蟑螂腹部那面留了三个圈，可以选择合适的链子或者坠子DIY，当压襟扣挂在脑袋上时就是往上爬，挂在屁股上时就是往下爬。“我还特意用了石榴籽挂坠，石榴和蟑螂一样多子（籽），代表了我们的生命生生不息……”

满足了年轻人猎奇心理

月月的小店上线仅一个月，卖出两百只“大蟑螂”。年轻人越来越追求个性，是点翠大蟑螂走红的一个重要因素。“生日时送人很普遍的东西，可能过个几年就忘了，但如果收到一只‘大蟑螂’，对方可能会记一辈子。”月月说，点翠大蟑螂除了工艺上有传统文化属性，还很好地满足了年轻人的猎奇心理，“网友还普遍有点叶公好龙，这个‘蟑螂’如果不是真

的，它的配色又那么漂亮，还真的挺喜欢。”

此外，它还有很强的社交属性。月月发在社交平台上的帖子并不多，但是少则几百条、多则几千条评论，对于一个粉丝不到5000的博主来说，已经非常可观。在月月看来，点翠大蟑螂的走红还暗藏着文化自信的密码。“我们‘90后’‘00后’这些年轻人都觉得国力越来越强，都特别有文化自信。我们不再盲目追捧国外名牌，觉得点翠的蓝比施华洛世奇更高级。”

月月表示，她做非遗的初衷的确是因为热爱传统文化，想在自己的领域发一点微弱的光。“很多非遗手作，比如我之前复刻的凤冠等，物件大价格高，往往让年轻人‘望洋兴叹’，而且可用场景不多，难免给人一种‘我看看就好’的感觉。与动辄大几千的非遗手作相比，根据技法不同而定价100—300元的大蟑螂相关非遗手作，可以说非常接地气。”

是“创新”还是“低俗”

去年的潍坊国际风筝会上，空中漫步的巨大蟑螂就吸引眼球无数，让不少网友呼唤“拖鞋”；社交平台上点影蟑螂的视频点击量居高不下……从“广式双马尾”表情包到药用价值讨论，再到《纯情蟑螂火辣辣》的流行，蟑螂在“人人喊打”之外，成了年轻人表达反叛与幽默的符号。

“越来越多的年轻人进入非遗领域，带来了一些创新的想法，尽己所能地让非遗传承下去。”月月表示，当非遗技艺遇上亚文化符号，碰撞出的不仅是流量，更是传统文化贴近当代生活的可能性。

但不可否认的是，点翠大蟑螂的走红也引发了一些争议。温和者称“大蟑螂题材的非遗，不‘遗’也罢”；严厉者则认为将非遗与蟑螂联系在一起，过度追求新奇和流量，可能导致非遗低俗化、商业化，是对传统文化的“不尊重”，更是对“文化自信”的践踏。

在济南市非物质文化遗产保护协会副会长秦绪荣看来，非遗应当遵循“守正创新”的原则，“既要守住技艺的‘根’，又要创造新的‘美’，才能够拾起传统的精华，形成‘非遗、非常美’的艺术价值，才不愧新时代对非物质文化遗产保护和传承的期望。”

本报综合消息

生吃大蒜、涂抹维生素B₁、用手机播放超声波……民间偏方真能驱蚊吗？

入夏以来，防蚊和驱蚊受到人们的关注。一些所谓的民间“驱蚊偏方”在网络上悄然走红，成为人们热议的话题。

生吃大蒜、涂抹维生素B₁、用手机播放超声波……这些五花八门的“驱蚊偏方”真的有效吗？

驱蚊剂的浓度越高越好？

生活中，不少人认为驱蚊剂的浓度越高，驱蚊效果就会越好。

真相：实际上，驱蚊剂的浓度与其使用时长相关。在一定范围内，浓度越高，其提供保护的时间就越长，但这并不意味着浓度越强，驱蚊效果就越好。盲目追求高浓度驱蚊剂，反而可能对皮肤造成不必要的刺激。

驱蚊手环或腕带可驱蚊？

有些人觉得，驱蚊手环或腕带是高科技产品，只要佩戴在身上，就能轻松避免蚊子叮咬。

真相：事实上，无论是何种驱蚊手环或腕带，不管其内部浸泡了何种驱蚊剂，由于其对皮肤的覆盖范围较小，很难起到对全身的驱蚊效果。

口服或涂抹维生素B₁能驱蚊？

有人认为，维生素B₁吃起来略带苦味，闻起来还有一股淡淡的臭味，所以通过口服维生素B₁或者在身上涂抹维生素B₁的溶液，就能起到驱蚊的效果。

真相：目前并没有任何研究表明维生素B₁具有驱蚊效果。无论是服用维生素B₁，还是在身上涂抹维生素B₁的水溶液，无法起到显著的驱蚊效果。

生吃大蒜可以驱蚊？

在一些人看来，大蒜有着特殊的刺激性气味，通过生吃大蒜可以达到驱蚊的目的。

真相：当人们食用大蒜后，大蒜素会在体内被分解和代谢，生成多种硫

化物，这些硫化物会通过呼吸和汗液排出体外，形成外界能感知到的蒜味。但实际上，这种蒜味的浓度非常低，驱蚊效果也微乎其微，很难依靠它来阻挡蚊子的叮咬。

手机播放声波可驱蚊？

还有人认为，用手机软件播放一种模仿雄蚊振翅的超声波，能够起到很好的驱蚊效果。

真相：事实上，大部分手机软件根本无法发出真正有效的超声波。而且，即便能发出超声波，超声波驱蚊的效果其实也非常微弱，难以达到理想的驱蚊效果。

没有科学依据的“驱蚊偏方”并不可信，在日常生活中，只要用以下这些驱蚊小妙招，就能起到很好的驱蚊和防蚊效果，从而保护个人健康。

本报综合消息