

避暑游今年为何会格外火爆

今年夏天，全国各地“高烧”不退。为躲避酷热，全国游客纷纷涌入了贵州、云南。

贵州今年6月以来平均温度仅有24.2℃，云南入夏以来平均温度更是仅有21.9℃，比往年同期更低，一跃成为炙手可热的避暑天堂，汹涌人潮远超往年。

尽管云南、贵州一向是夏季旅游胜地，但为何今年格外火爆？

◆ 贵州：体验式项目成游玩新打卡点

贵州以其夏季得天独厚的“清凉优势”成为避暑首选。越来越火的贵州，出现了不少新玩法，除了黄果树瀑布、荔波小七孔等热门景区的秀美风光让人大饱眼福，漂流、露营、瀑降、悬崖秋千等一批新兴的“体验类”游玩项目正在不断吸纳年轻游客。

贵州漂流项目在网上的热度堪称现象级。在抖音平台上，被网友称为“西游记同款通天河”的高过河漂流今年彻底出圈，其系列视频在抖音播放量已超过8亿次。

除此之外，贵州的桃源河漂流、杉木河漂流、洛北河漂流及水银峡谷漂流也广受游客青睐。

贵州避暑游的热度远不止于漂流。来自成都的雷先生选择了一种与众不同的避暑方式——草原露营。雷先生前往的乌蒙大草原海拔约2500米，即便在盛夏八月，气温依旧舒适宜人，但太阳落山后气温会骤降至12℃左右。

雷先生的经历并非孤例。今年夏天，乌蒙大草原旅游景区避暑的游客数量不断攀升，日均接待游客超过2万人次，最多的时候一天接待游客量达到2.6万人次，是历年之最。

露营的火爆也带动了周边服务，当地牧民牵马体验、特色餐食供应、星空摄影向导等衍生项目随之兴起。

在水溶洞里桨板漂流、在牂牁江操纵滑翔伞俯瞰美景……这股“体验热”不仅带火了单个景区，更激活了周边产业链，年轻人用“漂流”“蹦极”“瀑降”“露营”带动了整个区域的“清凉经济”。

◆ 云南：暑期游热度攀新高

与贵州相邻的云南也是今夏避暑游的热门目的地。

云南省国家级气象站统计，今年夏季以来，云南全省的平均气温为21.9℃，拥有92个夏季避暑型康养资源县，位居全国第一。昆明、大理、丽江等旅游城市依然是暑期游市场的“顶流”。

在这波“避暑热浪”的影响下，云南的热度远超往年同期。但游客超量涌入，也对当地的旅游接待能力提出了不小的考验。

“打车难”的抱怨频繁出现在云南旅游相关的发帖中。一位从大理古城前往大理站的游客在小红书上分享自己的打车经历，勾选17种车型后等待了半小时依然排在第126位。

从今年避暑游的情况来看，云南与贵州这对西南“双子星”，在资源禀赋与接待能力上呈现出异同。

作为热门旅游目的地，云南的核心优势在于其成熟完备的旅游产业链和相对均衡的全年吸引力。昆明、大理、丽江等热门城市群，构筑了强大的服务网络。从机场、高铁站密集的交通网络，到古城内海量酒店客栈、成熟的导游服务体系，云南应对大客流的“肌肉记忆”明显更强。

但云南夏季的防晒难度不容小觑，当地夏季平均紫外线指数常达8级以上，属较强级别，部分区域在烈日下体感温度攀升。更重要的是，云南的客流基数巨大且高度沉淀于核心景区，火爆的暑期旅游热度为昆明翠湖、大理古城、玉龙雪山等“顶流景区”带来了不小的运营压力。

贵州则凭借无可争议的盛夏清凉硬实力和爆发性增长的“野趣”体验，在夏季脱颖而出。黔东南的激流漂流、遵义赤水的丹霞瀑降、黔南茂兰的原始洞穴探险、六盘水乌蒙草原的高山露营……这些依托独特山水水文资源开发的沉浸式项目，精准击中了年轻游客寻求刺激与逃离酷暑的双重需求。

不过相较于云南、贵州的旅游热度呈现出强烈的季节性。

今年7月以来，贵州机场、车站及景区的旅游接待量较5、6月份均呈现出爆发式增长。这种高度集中性，对交通运力、热门景区瞬时承载力以及住宿餐饮等配套服务的弹性提出了更大的考验。相较于云南多点开花的



成熟旅游城市群，贵州能有效分流核心区压力的次级旅游城市网络仍在成长中。

◆ 地方服务能力面临新要求

面对汹涌而至的人流，景区的旅游接待能力与服务品质也面临巨大的考验。服务细节上的短板偶有暴露，便有可能给远道而来的游客留下遗憾。

以贵州为例，游客短时大量涌入贵阳等

热门城市，迅速推高了住宿价格。

以“贵阳酒店”为检索关键词，在小红书上能够搜索到大量关于无节制涨价的吐槽帖。有游客分享出自己的订单截图，同款房型在今年6月30日入住仅花费142元，但时间来到8月2日，该房型已涨价至1087元。一个月的时间，酒店涨价超7倍，中间巨大的差价令人咋舌。

当地官方对部分酒店的涨价乱象迅速做出了反应。

8月7日，贵阳市市场监管部门公布了一批哄抬价格的案例，对涉事酒店进行了曝光。麗枫酒店(贵阳会展中心金融城店)、贵阳市曼克酒店、贵阳喷水池亚朵轻奢酒店三家酒店被立案调查。

为应对挑战，贵州已连续多年开展多彩贵州满意旅游“痛客行”活动，鼓励游客投诉举报旅游“痛点”，有效反馈可获奖金。

与此同时，云南省今年暑期也在加强交通疏导和客流预警。

国铁昆明局与航空部门协同联动，开行定点定班次的接驳大巴，通过“点对点”合理调度公共交通，打通旅客出行的“最后一公里”。玉龙雪山景区在旅游高峰时段在景区内采用“定人定岗+巡逻”模式执勤，确保每条线路都有人巡逻、管理、疏导。

长远来看，避暑胜地的核心竞争力不仅在于天赋的清凉，也在于持续可靠的服务配套。这要求当地在大力宣传“避暑”卖点的同时，也要同步加强对本地旅游产业链各环节的监管和前瞻性规划，并且要对旅游价格、景区安全以及服务质量持续监控。

本报综合消息

网购婴童用品存在信息误导 安全坐垫不安全 骑行箱存风险

在多个电商平台，一种名为“儿童安全坐垫”的产品大量在售。许多商家声称其具备保护功能，能够“有效保护胸、腰、脊椎，减少碰撞产生的风险”。“牢牢固定孩子关键部位，保证宝宝安全固定在座椅上”，“缓解事故侧撞产生的伤害”。

中国玩具和婴童用品协会标准法规部副主任殷志杰表示，这些宣传语可能导致消费者会误认为它就是儿童安全座椅，但是实际上它起不到防护作用，没有办法给儿童提供相关保护。

儿童安全坐垫能有效保护儿童安全吗？

南京海关纺织工业产品检测中心对儿童安全坐垫和安全座椅这两种不同产品进行了对比测试。

将高速摄像机拍摄的画面放慢一千倍后，记者清楚地看到，这种“安全坐垫”在车辆碰撞时，根本无法有效约束儿童。测试中，坐垫与儿童假人完全分离，束带断裂，假人被直接甩出。相比之下，儿童安全座椅则能牢牢固定儿童，有效缓冲撞击。

南京海关纺织工业产品检测中心高级工程师高国彬表示，儿童安全坐垫对假人没有起到有效保护，整个儿童假人在碰撞过程中与坐垫完全分离飞出，连接坐垫的织带和扣具完全断裂。

记者与中国玩具和婴童用品协会送检

的部分儿童安全坐垫，经过检测结果显示，送检产品全都不符合标准。记者进一步调查发现，即便是符合国家标准的儿童安全座椅，如果电商网页上的使用展示存在错误，家长在参照错误信息使用时，同样可能埋下无法预估的安全隐患。

记者调查发现，部分电商页面上展示的是前向安装方式，这是错误的安装方式，消费者在实际使用中“照图安装”，一旦出事，就很可能造成婴幼儿严重伤害。

高国彬表示，因为月龄小的孩子脊椎构造与成人有很大区别，反向安装能让婴儿背部紧贴安全座椅，当汽车发生刹车或者碰撞情况下，安全座椅可以最大程度缓冲冲击力，保护孩子的安全。

一些产品宣传儿童安全座椅可支持侧向安装，甚至可以“自由旋转”，声称便于家长照顾儿童。殷志杰表示，安全座椅本身没有问题，但如果在使用方式上给消费者造成了错误引导，安全座椅就没有办法给儿童提供保护。

小孩子乘坐“儿童骑行箱”易发生侧翻

近年来，一种既能当行李箱又能让儿童乘坐的“儿童骑行箱”在电商平台走红，被不少家长称为“遛娃神器”。不过，记者和中国玩具和婴童用品协会在调查中发现，在摸底调查的94款产品中，超过六成存在信息展示问题。

有家长表示，如果道路不平整，小孩子乘

坐“儿童骑行箱”滑的时候，很容易发生侧翻。

在电商平台上，“儿童骑行箱”产品多被宣传具有箱包和推车两项功能。从展示图片上看，骑行箱普遍缺乏安全带和靠背，无法满足儿童推车应具备的约束与支撑结构。进一步调查发现，“儿童骑行箱”作为儿童推车使用时，并未按照儿童推车相关标准进行检测及认证，产品的靠背和束缚系统均不符合要求，存在儿童滑落、摔伤的风险。

殷志杰表示，“儿童骑行箱”当遛娃车单独使用时，应符合儿童推车的相关国家强制性标准，从展示图片上明显看出，首先没有束缚系统，没有安全带，没有腰带和胯带，另外，也没有靠背，相当于在推行时没办法有效约束住儿童。

中国玩具和婴童用品协会副会长兼秘书长张瀛表示，电商平台上，玩具和婴童用品信息展示存在一些错误，容易误导消费者，对消费者选用产品造成影响。这些问题对儿童使用上造成的伤害，不亚于因为产品质量本身造成的伤害。

信息展示不是“摆造型”，而是产品功能、安全性能的重要指引。一旦展示错误或宣传不实，即使产品本身合格，也可能因家长错误使用而伤害到儿童。对此，电商平台应严格审核商品展示信息；企业应对产品用途和使用方式进行准确说明；消费者要增强辨识意识，不盲信低价与噱头。

本报综合消息

纸价上涨，快递盒要贵了？

◆ 纸企为何纷纷调价？

从各公司反馈来看，调价主要是受原材料价格上涨、运营成本上升影响。如山东世纪阳光纸业提到，“公司目前生产成本一直居高不下，导致生产经营压力越来越大。”

卓创资讯分析师徐玲接受记者采访时表示，受此前国内大范围降雨天气影响，打包站废纸回收量偏少，价格呈现上涨趋势，成本面利好于瓦楞及箱板纸运行。

国家统计局数据显示，1至6月，造纸和纸制品业营业收入6812.1亿元，同比下降2.3%；利润总额175.7亿元，同比下降21.4%。行业增长压力凸显。

在这种情况下，各大纸企纷纷调价也在情理之中。

徐玲称，传统旺季将至，中秋季、国庆节等终端订单后期陆续释放，需求存在增加预期。目前纸厂库存压力不大，且涨价气氛依旧浓厚，供应面对纸价亦存一定支撑。上游主要原料废纸市场供应面偏紧局面难有缓解，价格或延续上涨走势，成本面利好原纸价格运行。

“综合来看，预计8、9月份瓦楞及箱板纸市场仍存上调可能。”徐玲补充道。

◆ 造纸行业开启“反内卷”

近年来，造纸行业供需失衡问题严峻。一方面，造纸行业在新增产能推动下，纸制品供给量持续增加。2024年全国机制纸及纸板产量15846.9万吨，同比增长8.6%，创历史新高。另一方面，受全球经济增速放缓等影响，纸制品销售量增长缓慢，且产品价格提升乏力。

一些纸企为了争夺有限的市场份额，采取低价竞争策略，导致行业“内卷”，不仅涉及工业用纸，也包括生活用纸。

最近，记者走进北京多家超市，卫生纸类打折已成常态。在丰台区某超市，将近一半生活用纸产品都贴上了促销标签。

此前中央明确要求，依法依规治理企业低价无序竞争。在此背景下，广东省造纸行业协会于近日发布了《关于推动广东省造纸行业“反内卷”促进行业高质量发展的倡议书》，江苏省造纸协会也跟进发布《关于征集江苏省造纸行业“反内卷”合理化建议和举措的通知》。

玖龙纸业和理文造纸亦响应“反内卷”倡议，接连发布停机函，将行业“反内卷”落到实处。

本报综合消息

造纸行业再掀波澜。近段时间，各大纸企涨价函如雪花般涌来，有企业甚至多次调价。为何纸企会接二连三宣布涨价？

◆ 这波纸企涨价愈演愈烈

7月以来，玖龙纸业、理文造纸、湖北荣成纸业、山鹰国际等业内知名纸企纷纷发布涨价函，涉及瓦楞纸、再生牛卡纸、T纸、箱板纸、纱管纸等多类纸品。

纸企巨头上调纸价后，其他纸企亦陆续跟涨，这波纸企涨价愈演愈烈。综合各公司调价信息，涨价范围多是在每吨30元至50元之间。

上游原纸涨势不止，也波及到下游包装行业。近日，多个包装企业发布通知，上调纸板价格。

今年以来，造纸企业已经历两轮提价，分别集中在1至3月份和5月份，除了涉及瓦楞纸、再生牛卡纸，还包括文化纸、铜版纸、生活纸原纸等。

或受此前调价影响，北京多家打印店员工向记者表示，这段时间店内用纸进货价有所上涨。记者同时询问了电商平台上的快递盒、纸袋销售商家，多位客服表示，“价格暂时没调整，之后是否上调具体要等通知。”