



今日论衡之民生探微

□易之

“景区厕评帖”火了 旅游体验并不只眼前的风景

入夏后，全国各大景点进入旅游旺季，热搜上关于旅游的讨论逐渐多了起来。前些天还有条新闻是电视剧《我的阿勒泰》带火取景地，当地旅游收入十天超四亿元。但与此同时，“景区厕评”的帖子也开始多了起来，尤其是在野外偏远的景区，这些地方的“厕评”帖子格外受关注。

所谓“厕评”，顾名思义就是对厕所进行评价。之所以有网友专门进行“厕评”，也是因为在一些风景绝美的景点，厕所往往极其简陋原始，给人以猝不及防的暴击。从帖子看，有的旱厕可以和羊面对面，有的直接建在山间河流上，有的简单拿铁皮或木板围起来、风一吹还会飘走。这些体验，虽说倒也有趣，但只怕也会给到访的游客留下一片不小的阴影。

也正是在这个背景下，“厕评帖”应运而生。着重于隐私性好不好、现场及周边环境如何、收不收费、打扫频率等，游客们互相发布一些帖子经验，用于给后来者指南、避坑。

当然，厕所体验不佳倒也不能全说是景区疏忽，而是有些景点所在地方实在是过于偏远、人烟稀少，厕所的建设、维护成本不低。加之很多地方往往是突然爆火，一部影视剧、几篇社交帖，突然带火了一个地方，从前那里甚至不是一个景点，当地难免措手不及，不尽如人意的厕所也就被重点关注了。

但这其实也是个提醒：旅游体验从来不只是眼前的风景，其中也包括如厕体验。如今文旅大热，各地都希望能够尽可能地招揽游客，那么把厕所设施完善好，其实也可以大幅提升吸引力。

从新闻也能看到，一些地方已经开始打造网红厕所，重庆、广州、南京、杭州等地都曾有网红厕所被媒体报道，而今年深圳

举办的“探寻深圳网红打卡地”网络评选活动，居然有公厕跻身网络投票榜单前三。可见，厕所已经越来越成为衡量一地服务水平的硬指标，备受人们的关注。

当然，对于很多地方来说当务之急还不是打造网红厕所，而是重视厕所的价值，尽快补齐短板。比如如今县域旅游成了旅游市场的新增长点，有数据显示，“五一”假期县域酒店预订订单同比增长68%、景区门票订单同比增长151%，增速高于全国大盘。

可以想象的是，相比于建设多年、设施完备的城市，广大县域——也是“厕评帖”出现的高发地，包括厕所在内的设施可能尚有差距。那么也只有抓紧完善，方才能接住这一波旅游红利。

客观来看，近些年国内的厕所设施在“厕所革命”的引领下，已经有了长足的进步。2021年曾有数据显示，全国城市和县城可提供公共服务的厕所数量达37万余座。人们从直观上也能感到，近些年在一些热门景区，其实厕所已经不再成为一个问题，人们整体的如厕体验已经提升很多。

但近些年兴起的“反向旅游”，也给厕所建设提出了新的课题。人们越来越偏好于寻找小众景点，甚至希望去寻找一些人迹罕至的地方。这些地方的景色自然是“老天赏饭吃”的水准，但能不能长远发展，关键还是看“人够不够努力”。完善公厕设施，当然就是题中之义。

从这个角度说，地方文旅部门倒不妨多接触社交平台，从那些“景区厕评”里找线索，进而完善设施。很多“厕评帖”看着是好笑，但背后可能都是一段尴尬或是辛酸的经历，如果这些问题一直无法解决，恐怕会劝退很多重视旅游体验的游客，那就未免有些可惜了。

(作者是资深媒体评论员)

2024文博会：文化盛宴“带货”先锋

首席评论 □谢小婉

第二十届文博会正在进行，文化产业展现出蓬勃面貌，交易也热火朝天，掀起一股文化消费新浪潮。

在文博会现场可以看到，“文创中国”专题展区人头攒动，开展短时间就有百余件文创周边产品售出；也可以看到头部主播聚集，实力推荐水贝珠宝，直播间气氛热烈，销售额飞涨；在T8旅游创意（保税）园文博会分会场，多个项目集中签约，意向交易额约百亿元……传统文化文创精品和数字

创意新品汇聚文博会，吸引大量消费者关注和购买，引爆新的文化消费点。作为“中国文化第一展”，文博会举办二十年来，不仅是一场多元文化的盛宴，还成为不折不扣的“带货”先锋。

从线下特设展区、直播区，举办招商推介会，到首次推出线上交易服务平台“文博购”，不难看出，本届文博会在极力拓宽销售渠道。

随着人民生活水平的提高，文化消费需求与日俱增，市场前景广阔。带动消费、促进交易，一直以来是文博会开展的核心要务。文博会原称“深

圳国际文化产业博览会”，从第二届开始，更名为中国（深圳）国际文化产业博览交易会。在原有基础上，级别的提升增加了权威性和影响力，使得文博会汇聚了众多国内外知名文化企业，为“带货”提供了强大的资源支持。而“交易”一词的加入，更明确了文博会的使命，在展示多元文化外，要注重文化产品的商业化、文化产业的市场化，优质文化产品背后的消费潜力受到关注并得以挖掘。

效果是显著的。在本届展会期间，超12万件文化产品和4000多个文化产业投融资项目在现场展示、交易，预计将来

间，深圳文化产业增加值由2004年的163亿元增长至2023年的2750亿元，占深圳GDP比重约8%，已是支柱性产业之一，深圳也成为我国重要的文化输出口岸。

文博会的“带货”效应越来越明显，其中蕴含着巨大潜力的文化消费市场正在逐渐升温。在文博会上，我们不仅要推动交易的进行，更要不断探索文化与市场深度结合的可能性，开拓文化消费市场的可行性，更加注重挖掘和培育文化消费市场，期待通过这一文化盛会，有更多的订单如雪片般飞来。

财经观象 □李哲 马歌璐

被粉丝昵称为“霉霉”的美国女歌手泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)，于2023年力压大热的Open AI创始人山姆·奥特曼，登上美国《时代》周刊封面，成为2023“年度风云人物”。她是自该杂志评选年度人物以来唯一两度获评年度人物的女性。从2023年3月开始，随着泰勒全球巡演如火如荼地展开，在票价、个人收入和歌迷人数等方面屡创新高，不断刷新世界纪录，其本人也成为一种独特经济现象被广泛关注和研究。

被英国《卫报》称为“世纪巡演”的演唱会会所到处，不仅为歌迷带来顶级的视听盛宴，也给当地经济注入了新活力。“霉霉经济学”实际上是以演唱会的形式，通过规模效应，刺激当地消费，在短时间内创造出所谓的“消费奇迹”。正因如此，包括“常春藤”名校哈佛大学在内的10所大学，都开设了研究泰勒的经济学课程，试图回答泰勒——这一行走在国际场次，最终票房有望达到14亿美元，这将成为全球首个票房破十亿美元的巡演。

对地方政府而言，从交通

到餐饮，从酒店到服装，对地方消费的拉动是全方位的。除了地铁、巴士全面加开班次外，随着大批游客来访，酒店入住率会快速提高，并刺激包括餐饮在内的其他消费。在北美巡演期间，参演城市(如芝加哥甚至辛辛那提这样的中小城市)都因举办演唱会而酒店收入同比翻倍，创下疫情以来的新高。2009年至今，泰勒共举办

间房间入住，创下该市有史以来最高纪录。

对于国家而言，无论哪个国家拥有演唱会的举办权，都意味着一场千载难逢的商机和巨量收入。据加州就业与经济中心称，一场泰勒演唱会能够增加3300个就业岗位，产生约3.2亿美元的经济效益。世界各国政府因而使出浑身解数，欢迎这架行走的印钞机来造福经济，其中新加坡就不惜大手笔出资换取了泰勒在东南亚唯一的演出权。狂热的粉丝以及暴增的消费对新加坡经济的提振是全方位的，据新加坡亚洲新闻台报道，仅旅游收入就达到5亿新币(约合人民币26.7亿元)，飞往新加坡的航班机票价格几乎涨了两倍，旅游景点的预订量也比平时大增23倍。当然，除了衣食住行等消费之外，演唱会还能拉动政府购买(公共消费)和净出口等，从而全方位刺激国家经济总量的增长。

一名歌手的演唱会何以能刺激经济？原因主要有三个方面——

一是歌手个人魅力无限。美国歌手斯威夫特集智慧和美丽于一身，用非凡天赋和高水

准的演唱吸粉无数。从16岁怀抱吉他出道，到如今34岁成为史上最卖座女歌手，福布斯于2023年评估她的身价已突破10亿美元，是第一位依靠歌曲和表演上榜的音乐家，12座格莱美、23座公告牌音乐奖、32座全美音乐奖都是对其最好的证明。不过，泰勒歌唱事业之路并非一帆风顺。面对其歌曲被侵权、全身心投入却遭到冷嘲热讽甚至诋毁，她不仅在自己热爱的事业上，自信地、心无旁骛地做自己，而且还用她的成长故事和动人音乐，鼓励粉丝为自己的权益而抗争。正因为泰勒提供如此丰富且多层次的情感价值，才吸引万千粉丝愿意花费1300美元去看一场演唱会。

二是“消费体验”已成主流。霉霉经济学本质上是一种付费经济，从唱片发行、平台音乐，再到演唱会都是需要付费的。据Pollstar统计，2023年，全球TOP100巡演的总票房从2022年的62.8亿美元大增46%，达到91.7亿美元。单场平均票房从154万美元飙升到237万美元，涨幅53.2%。正是在“娱乐通胀”的背景下，举办演唱会对消费刺激经济起到了倍增的效果，对经济的拉动力更为明显。

短期来看，超级巨星的稀缺性的能够带来经济红利，但娱乐消费热潮总有降温的那一天。只有顺应体验经济的新要求，更好满足人们对高品质生活的需求，消费热潮才能此起彼伏、经久不衰。

从“霉霉经济学”看消费如何拉动经济

间房间入住，创下该市有史以来最高纪录。

对于国家而言，无论哪个国家拥有演唱会的举办权，都意味着一场千载难逢的商机和巨量收入。据加州就业与经济中心称，一场泰勒演唱会能够增加3300个就业岗位，产生约3.2亿美元的经济效益。世界各国政府因而使出浑身解数，欢迎这架行走的印钞机来造福经济，其中新加坡就不惜大手笔出资换取了泰勒在东南亚唯一的演出权。狂热的粉丝以及暴增的消费对新加坡经济的提振是全方位的，据新加坡亚洲新闻台报道，仅旅游收入就达到5亿新币(约合人民币26.7亿元)，飞往新加坡的航班机票价格几乎涨了两倍，旅游景点的预订量也比平时大增23倍。当然，除了衣食住行等消费之外，演唱会还能拉动政府购买(公共消费)和净出口等，从而全方位刺激国家经济总量的增长。

一名歌手的演唱会何以能

刺激经济？原因主要有三个方面——

一是歌手个人魅力无限。美国歌手斯威夫特集智慧和美丽于一身，用非凡天赋和高水

准的演唱吸粉无数。从16岁怀抱吉他出道，到如今34岁成为史上最卖座女歌手，福布斯于2023年评估她的身价已突破10亿美元，是第一位依靠歌曲和表演上榜的音乐家，12座格莱美、23座公告牌音乐奖、32座全美音乐奖都是对其最好的证明。不过，泰勒歌唱事业之路并非一帆风顺。面对其歌曲被侵权、全身心投入却遭到冷嘲热讽甚至诋毁，她不仅在自己热爱的事业上，自信地、心无旁骛地做自己，而且还用她的成长故事和动人音乐，鼓励粉丝为自己的权益而抗争。正因为泰勒提供如此丰富且多层次的情感价值，才吸引万千粉丝愿意花费1300美元去看一场演唱会。

二是“消费体验”已成主流。霉霉经济学本质上是一种付费经济，从唱片发行、平台音乐，再到演唱会都是需要付费的。据Pollstar统计，2023年，全球TOP100巡演的总票房从2022年的62.8亿美元大增46%，达到91.7亿美元。单场平均票房从154万美元飙升到237万美元，涨幅53.2%。正是在“娱乐通胀”的背景下，举办演唱会对消费刺激经济起到了倍增的效果，对经济的拉动力更为明显。

短期来看，超级巨星的稀缺性的能够带来经济红利，但娱乐消费热潮总有降温的那一天。只有顺应体验经济的新要求，更好满足人们对高品质生活的需求，消费热潮才能此起彼伏、经久不衰。

特别报道 A4

以能动司法书写新时代抓实“公正与效率”的“南沙答卷”

文/图 张豪 王君

2023年办结各类案件54792件、法官人均结案929件、连续四年位居广州全市各区法院第一、司法透明度指数第四次位列全国专门性法院第一、一项改革创新经验在全国推广、三项机制入选广东自贸试验区制度创新案例……在护航高质量发展的道路上，广州市南沙区人民法院(广东自由贸易区南沙片区人民法院)(以下简称“南沙法院”)紧扣“公正与效率”主题，不断强化能动履职，持续深化审判质效提升，努力以审判工作支撑和服务中国式现代化南沙实践。

“这里折射出该公司的财务制度、财务监管方面存在漏洞……”5月7日上午，一堂企业合规管理法治课在南沙法院开讲。结合旁听庭审、实际案例，南沙法院刑事审判庭庭长伍敏敬为现场的企业代表认真讲解相关法律法规。

“维护法律尊严 为企业排忧解难”。今年4月，南沙法院综合审判庭庭长赵丽收到一家船舶公司送来的锦旗，以感谢她和审判团队坚持高效审理，选择最优程序，面对复杂案情高效完成财产清理、债务清偿及剩余财产分配等工作。

2023年底，南沙法院联合区金融局、相关行业协会等建立金融“司法+监管+自律+合规”协同治理模式，发布融资租赁、保理行业治理报告；与区住建局建立定期会商机制，发布商品房纠纷案件审判白皮书；联合区市场监管局等建立企业信息双向反馈机制，根据市场主体司法需求，推行“优化营



南沙法院发布融资租赁、保理行业治理白皮书

C/ 坚持“如我在诉”用“小案件”讲好“大道理”

“小案不小，小案不小办”。所谓“小案”，主要是指那些常见多发、更贴近群众生活的案件。侵扰到社会安宁、群众生活的讼争案件虽“小”，却牵涉当事人的切身利益，关乎人民群众对公平正义的切身感受。

南沙法院始终“把屁股端端地坐在老百姓的这一面”，始终把人民群众满意度不满意作为评判审判质效、改革成效的标准，以“如我在诉”意识把暖民心的“小案”，顺民意的“实事”办好，让人民群众切实感受到公平正义就在身边。

在“校园抽凳致伤案”中，初中女生思思(化名)被同学小杰(化名)偷偷拉开座椅致颅脑损伤，因小杰系限制民事行为能力人，南沙法院判决其应承担的赔偿责任由监护人即其父母承担，划清学校与监护人责任边界，引发过亿网友关注，被写入最高人民法院的工作报告。

这一案让更多家长认识到家庭教育的重要性，树立“家庭是第一个课堂、家长是第一任老师”的责任意识，对未成年人教育和保护具有示范引领

作用。

在“男童逗狗被咬伤案”中，南沙法院综合各方当事人的过错及对损害发生的原因力大小，认定由男童一方自行承担30%责任，由宠物饲养者承担70%的赔偿责任，为“宠物伤人”类案提供侵权责任认定裁判示范。

在一宗继承纠纷案中，南沙法院依法认定录音录像遗嘱效力，引导规范设立遗嘱，该案入选广州法院贯彻实施民法典典型案例。

在高额彩礼纠纷中，南沙法院成功调解高额彩礼纠纷，促成返还彩礼24万元，让婚姻始于爱，让彩礼归于礼。

在听障人士为被告人的刑事案件中，南沙法院采用“手语庭审”保障听障被告人无障碍应诉。

结合涉及未成年人案件办理情况，打造“南法护未”少年司法品牌，新选任13名法治副校长并组建宣教队，保护青少年健康成长。去年以来，南沙法院用好这个“最生动的教材”，发布典型案例65个，4个案例入选全国典型案例。

D/ 聚焦“公正与效率”让公平正义更加可感可触

“公正与效率”是司法审判工作永恒的主题。南沙法院全面推进审判理念、审判机制、审判体系、审判管理现代化，使化解纠纷和服务群众的能力更强、成色更足、底色更暖。

依托“三全”一体化办案平台，南沙法院在广州全市法院率先实现上诉案件“一键移送”无纸化流转。全市首创“一案一人一账号”案款管理系统、业务财务银行“三方对账”系统，案款管理更加智慧精准。与科大讯飞共建“南法·星火”协同创新中心，AI技术司法应用探索驶入“快车道”。

在审判管理方面，南沙法院紧盯人案矛盾这个最大的短板，构建人力资源分类系数模型，实现实时研判、动态调整、精准匹配。抓实领域繁简分流、类案集约专办、重点案件定向攻坚“三大关键”，推动审判质效综合提升。案

件结收比达103.4%，未结案件同比下降28%，两项指标均为近十年最优。

同时，南沙法院还不断加强制度创新，推行诉前程序改革，“诉前鉴定+调解”双轨并行，“失联修复+送达”联动发力，为纠纷化解按下“加速键”；与成都市温江区法院开展“南沙—温江”跨域司法协作，率先建立跨省专业法官交流会议机制，促进裁判理念和尺度统一。

跬步不休，江山见阔，日生不滞，岁序更新。立足新起点，南沙法院党组书记、院长彭建华表示，接下来南沙法院将牢牢把握推进中国式现代化这个最大的政治、坚持高质量发展这个新时代的硬道理，以落实《南沙方案》为牵引，服务大局主动有为，真抓实干综合施策，为南沙勃发高质量发展新引擎主阵地和新活力，奋力形成走在最前列、勇当尖兵的生动实践提供更加有力司法服务和保障。

B/ 打造“南沙经验”绘就新时代湾区“枫桥”景

一宗涉港道路交通事故责任纠纷在香港调解员和内地调解员的“双调解”下圆满化解。南沙法院出具民事调解书的当天，被告方随即履行了调解方案约定的给付义务。

“本案双方当事人经过香港调解员、内地调解员的充分沟通和解释，消除了误会，能理性客观地面对纠纷，构成了最终实现有效调解的重要基础。”在经办法官看来，该案调解协议能够顺利达成，“双调解”模式发挥了重要作用。

所谓“双调解”，即在涉外涉港澳案件中，结合涉外涉港澳纠纷的特点，由内地调解员与港澳调解员或外籍调解员联合，共同参与与调解的模式，用“南沙经验”解开当事人的心结。

而“双调解”模式仅仅是南沙法院的众多纠纷“法宝”之一。为拓展多元纠纷解决渠道、切实增强非诉调解实效，南沙法院主动融入党委领导的社会治理大格局，积极推动完善“党委领导、法院指导、跨域协同”的“和谐南沙”多元解

纷机制，2023年以来诉前调解成功案件2.4万件，该机制入选广州社会治理现代化十大创新案例。2023年全年，南沙法院民事一审新收案件降幅约18%。

值得一提的是，南沙法院与南沙区榄核镇、区人社局联合打造的“撒”多元纠纷解决工作法获评广州市优秀“枫桥式工作室”。

为进一步前移纠纷关口、下沉力量资源，南沙法院大力推进人民法庭“党建+连心”工程，4个人民法庭分别与理念相通、业务相连、地域相近的基层党组织等建立“连心墙”“连心所”“连心室”“连心桥”，主动对接辖区村镇街法治需求，提供风险研判和决策参考。目前，东涌法庭已与辖区全部22个村居、2个社区建立视频连线，及时为辖区群众提供联调、咨询等司法服务。

2023年以来，南沙法院前端治理效能不断增强，从“点上盆景”到“面上风景”，“和谐南沙”之花渐次盛开。