

大学生“特种兵式”旅行要兼顾安全与文明

威利

你有没有在社交平台刷到“特种兵式旅游”？最近，“特种兵式旅游”“军训式旅游”“大学生军训式旅游”等词条在众多社交媒体上成为热门话题，其中在某短视频平台上，带“大学生特种兵旅游”的话题视频已累计有上千万播放量。时间短、景点多、花费少、舟车劳顿……是这种新型旅游方式的特点。对于这一新鲜事物，议论颇热，有网友表示支持，有的则不理解，认为这是浪费时间，自己“找罪受”。

为何大学生“特种兵式”旅行成风潮？客观上，我国交通体系日益完善、网络技术越来越发达，为这种新型旅游方式提供了更多的可能性与可行性。大学生们考虑到荷包承受力，利用周末时间，为自己安排一趟短期速游，或许带有一些报复性旅游的色彩，但优秀的身体素质为高强度旅行也打下了基础，不过夜、不住宿、低成本旅游对于大学生来说，性价比很高。

春光明媚，来一场“说走就走”的旅行，既为了缓解学习的疲劳，释放压力，也承载着对“诗和远方”的向往。虽然行程

局促，但同样能够放飞心灵、开阔视野，满足大学生对于未知的好奇心、求知欲。

有这么一个实例：近日，赵同学和朋友从西安坐火车前往北京，往返2000多公里，顺利完成了33小时的速游。赵同学介绍，他们下午5点半从西安火车站坐上火车，第二天早上6点到达北京，当天就转了8个景点，第三天下午游玩结束后直接坐火车回西安。赵同学表示，虽然路上很赶，但很有成就感，“其实也很充实”。

“青年要成长为国家栋梁之才，既要读万卷书，又要行万里路。”大学生们或独自或结伴走过的地方，沿途看到的风景，遇到的形形色色的人，都有助于大学生们深入了解社情民情，增加人生阅历，丰富生命体验，提高独立思考、解决突发情况等方面的能力。

对于旅游市场来说，大学生“特种兵式旅行”成风潮，无疑是一波积极的流量。虽然学生的消费能力有限、客单价消费金额不高，但他们能够大幅增加游客数量，对于旅游市场的复苏能够发挥积极的流量吸引作用。

尽管大学生“特种兵式”旅行的好处很多，但也有不少痛点亟待解决，比如，

有的人因沉溺于游玩耽误了学业；有的将“安全”二字抛在脑后，将“特种兵式旅游”沦为冒险游、任性游；有的在旅途中随意攀折草木、大声喧哗、乱扔垃圾，等等。这些现象给大学生“特种兵式”旅行，造成了相当负面的影响，应引起足够重视和警惕。

近日有视频显示，安徽黄山核心景区某宾馆的大堂有多名游客滞留，并打上了“大学生穷游”等标签，其中有游客表示，早将“睡宾馆大堂”安排进自己的出行计划里，引发网友热议。不少网友认为，大学生“赖”宾馆过夜会给人添麻烦，影响宾馆生意，此举不得体、不文明。对此，当事的大学生不能无动于衷，要认真反思并改正，其他同学也要引以为戒。

“凡事预则立，不预则废”。事实表明，大学生出行前要做足功课，了解足够的法律常识和安全知识，做好预案准备。旅途中，要坚持文明旅游、理性出游，坚守道德底线、法律红线，坚决避免侥幸心理，纠正麻痹心态，不去“非正规”的景点，不挑战“不可能”的冒险，做到时间再紧，安全不松，时时处处严于律己。只有这样，“特种兵式”旅游才能健康发展，大学生们才能乘兴而来，尽兴而归。

莫让过度包装扰茶香

李鹏

近年来，伴随低碳环保理念深入人心，茶叶包装逐渐“去繁就简”、轻装上阵。同时也要看到，过度包装的现象一定程度上仍然存在，几十克重的茶叶被装进各式各样的瓶子，外加泡沫、隔板、纸盒，包装比茶叶重好几倍甚至十几倍，也增加了不必要的成本……清明节前后，市场迎来一波新茶上市高峰，过度包装问题再次引发社会关注。

追求繁复精美、华而不实的包装，背后既有茶企“包装越好、溢价越高”的利益盘算，也有迎合市场需求的现实考量。包装精美的茶叶礼盒，常被消费者视为送礼佳品。正因如此，一些茶叶礼盒包装考究，里三层外三层显得格外精致。不少高档礼品茶外部用烤漆木盒、竹盒，内部使用瓷瓶、陶罐和手工制作的锡罐等，仅包装盒成本就达到上百元。更夸张的是，部分包装豪华的茶叶礼盒，包装体积达到实需体积的3至5倍，成本往往超过茶叶本身。

茶叶适度包装有利于品牌塑造和商品销售，但过度包装则会带来多重负面影响。买椟还珠式的包装与茶文化尚俭的意蕴背道而驰，与绿色低碳的新发展理念格格不入。许多茶叶礼盒难以二次利用，各种填充物更是百无一用，最后只能一扔了之成为生活垃圾，造成资源浪费和环境污染。此外，重“颜值”、轻“品质”的营销理念，也不利于茶叶市场的健康发展。还应看到，豪华茶叶礼盒背后，往往隐藏着违规收送茶礼、回收茶礼套现、违规公款采购等“四风”问题，让原本以“清气”为特质的茶叶，开始变得“乌烟瘴气”。

反对过度包装、倡导绿色生产和消费，既有强制标准，也有行业倡议，还是弘扬节俭之风的体现。此前，国务院办公厅发布《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》，要求强化商品过度包装全链条治理。国家市场监督管理总局最新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》将于2023年9月起实施，该强制性国家标准涵盖31类食品、16类化妆品，包括茶叶、酒类等，新标准对包装层数、包装成本等都作出明确规定。此外，中国消费者协会近日联合相关机构发出“倡导茶叶适度包装，推动绿色文明消费”的倡议，提出茶叶经营者应当遵守商品包装有关法律和国家标准的规定，尤其对于带有附件、配件等的茶叶商品严格包装标准，不打“擦边球”。无论是强制标准，还是行业倡议，都旨在推动茶叶包装回归简朴、回归绿色。

整治舍本逐末的过度包装，需要综合施策、共同努力。茶企业要自觉抵制食品过度包装的先行者、实践者和倡导者，更多在茶叶质量、口味上下功夫，在茶叶包装中引入更多可循环利用的环保材料，推广简化包装。监管部门要加大监管执法力度，对于过度包装违法行为发现一起、查处一起。广大消费者也要树立科学、理性的消费观念，自觉选择简单适度的包装产品，拒绝为过度包装买单。纪检监察机关要对“节日腐败”保持高度警惕，全面排查公款购买、违规收送“天价茶”相关情况，严防茶叶背后的隐形变异“四风”问题。

中华茶文化底蕴厚重、内涵丰富，蕴含着清和、俭约、廉洁、求真、求美等美好价值追求。祛除过度包装、推进绿色消费，这既是回归和挖掘茶文化内涵的应有之义，也是倡导简约适度、绿色低碳生活方式的必然之举。



让传统村落成为乡风乡韵乡愁的寓所

李向振

日前，住建部、文旅部等六部门公布了第六批列入中国传统村落名录的村落名单，共有1336个村落入选。至此，全国已经有8155个传统村落被列入国家级保护名录。

传统村落是孕育和保存中华民族根性文化的空间载体，承载着农耕文明深厚的历史底蕴，体现着人与自然和谐共生的传统思想。保护传统村落，既是留住乡风乡韵乡愁、拓展丰富现代社会生活图景的时代选择，也是赓续农耕文明、弘扬中华优秀传统文化的现实举措，对于推进宜居宜业和美丽乡村建设，维护文化多样性，守护中华民族的精神家园与文化根脉都有着重要的现实意义和历史价值。

自2012年我国启动传统村落调查推荐工作以来，先后已有六批传统村落入选国家级保护名录。通过实施传统村落保护工程，大量濒临消失的传统村落连同其孕育的地方文化得以延续下来，形成了世界上规模最大、内容和价值最丰富、保护最完整、活态传承的农耕文明遗产保护群。

纵观十余年的保护实践历程，从保留修复原始风貌，到活化利用、以用促

保，再到集中连片整体规划，传统村落的保护方式不断更新，构建露天博物馆、再造文化空间等保护路径的生动探索，使传统村落新的时代背景下焕发生机和活力。比如入选第一批国家级保护名录的河北蔚县暖泉镇西古堡村，作为蔚州八百庄堡的代表性村落，其依托暖泉古镇整体区域保护建设，深耕特色文旅产业，每年旅游接待人次达30余万，带动当地村民脱贫增收并基本实现了“自养自保”。

但我们也应看到，在传统村落的保护利用过程中，存在着千村一面、拆古建新、破坏性保护、空心化等问题，过度的旅游开发和生硬的商业融入也引起了各方的关注和担忧。

笔者认为，之所以会出现这些问题，除了资金投入、制度设计上的不足之外，人们对于保护动机与理念的认识问题依然是最重要的因素。一些地方在保护实践中，过多强调文化符号的设置而忽视居民生活品质的改善，过多强调建筑格局和村落规划而忽视乡村所反映的生活场域，过多依赖政府的主导作用而忽视多元主体的参与，进而在一定程度上造成了局部个性和地方特色的丧失。

要让传统村落真正成为乡风乡韵乡愁的寓所，需要树立起更加系统化的保

护理念，进一步挖掘“传统”蕴藏的丰厚内涵。首先，对传统村落的乡土景观予以整体规划。这里的景观既包括外在的建筑格局，也包括自然山水、文化遗迹、田园风光等。在制定村落保护方案时，应当对地方特色景观资源进行深入的整理研究，在此基础上创新更加多元的开发利用机制。

其次，尊重原住民的主体性。传统村落本就是村民开展生产活动、组织日常生活的空间场所，离开他们，村落就失去了生活的“烟火气”，民俗文化的活态传承也就无从谈起。可以借助中小学乡土教育、社区宣讲培训等方式提升当地民众的保护意识，但对于激发他们的内生动力和保护热情来说，更关键的是要在保护利用的过程中充分考虑和回应他们的发展诉求，切实增强他们的获得感、幸福感，这样才能让原住民由旁观者变为责任人、受益者。

再次，注重动员和集结各类参与主体。积极探索政府、社会资本、专家学者、志愿者和当地民众共商共建的开发模式，建立健全协同机制，发挥出各方的专业智慧，这有利于最大限度激发传统村落保护的内外动力，避免陷入打造景区景点、创造经济效益的单一思维，促进其内在价值与外在价值实现共同提升。