

# 习近平向英国女王伊丽莎白二世致贺电

# 习近平复信美国海伦·福斯特·斯诺基金会主席亚当·福斯特

新华社北京2月7日电 2月6日,国家主席习近平向英国女王伊丽莎白二世致贺电,祝贺她登基70周年。

习近平指出,伊丽莎白二世女王长期关心和支持中英友好,是中英关系发展的亲历者和推动者。今年适逢中英建立大使级外交关系50周年,希望双方以此为契机,深化友好互信,扩大交流合作,共促国际团结,造福两国和两国人民,为国际社会携手应对全球性挑战,促进世界和平稳定和繁荣发展作出新贡献。

新华社北京2月7日电 1月27日,国家主席习近平复信美国海伦·福斯特·斯诺基金会主席亚当·福斯特。

习近平指出,斯诺夫妇积极推动了中国工合运动,为创建山丹培黎学校发挥了重要作用。中国人民铭记包括斯诺夫妇在内的国际友人为中国革命和建设事业作出的贡献,以及对中国共产党和中国人民的真挚情谊。我对海伦·福斯特·斯诺家族多年来

为发展中美关系作出的积极贡献予以高度评价。

习近平强调,希望你和基金会继续以斯诺夫妇为榜样,为增进中美两国人民的友谊合作作出新的贡献!

近日,福斯特致信习近平主席,回顾斯诺女士为中美民间友好所作出的贡献,表示将继续秉承斯诺女士促进中美民间友好合作精神,为中美人民交流互动搭建桥梁。

新华社北京2月7日电 2月6日,中国女足队员抵达上海浦东国际机场。

当日,夺得2022女足亚洲杯冠军的中国国家女子足球队凯旋,抵达上海。

新华社发

新华社北京2月7日电 2月6日,中国女足队员抵达上海浦东国际机场。

当日,夺得2022女足亚洲杯冠军的中国国家女子足球队凯旋,抵达上海。

新华社发

## 中国女足载誉归来



新华社发

### 锐观察

## 冰雪游短程游 都很火

### 盘点2022年春节假期旅游“关键词”

多家旅游平台近日发布的盘点数据显示,在常态化疫情防控背景下,农历虎年春节假期7天,旅游市场继续复苏,冰雪旅游、避寒游、亲子游、近程微旅游、文博游、酒店度假等细分市场表现活跃。

### 关键词1/ 冬奥

北京冬奥会“邂逅”春节假期,冰雪运动、冰雪旅游消费升温。

从关注度来看,冬奥会开幕当天,在携程平台上以“冬奥”为关键词的搜索热度增长200%,在马蜂窝平台上,春节假期北京的“冰雪”“滑雪”等冬奥相关搜索热度比1月初平均涨幅高于215%;上海、广州等南方城市也因其日益丰富的冰雪运动、冰雪文旅消费资源和不断壮大的客群,跻身冰雪消费热门城市。

奇创旅游集团文旅产业研究院专家有类似观察,一方面,北方省

份居民仍是冰雪旅游的主要客群;另一方面,南方一、二线城市居民已显示出强劲的消费“后劲”。分析认为,冰雪消费者的专业度持续提升,冰雪旅游和体育产品复购率逐年提升则印证了这一趋势。

从对旅游消费的提振作用来看,数据显示,2022年春节假期,全国冰雪类景区订单量较去年春节同期上涨68%;滑雪场、滑雪场、冰雪主题乐园等体验类冰雪运动的目的地,比冰雪观光类景区更受游客关注。

### 关键词2/ 避寒

“一南一北”成为近年来春节假期长线游的趋势。在东北、华北冰雪旅游目的地升温的同时,海南旅游消费市场也表现旺盛。

在携程平台上,春节期间以海南为目的地的机票预订量同比增长超四成,中青年、中老年用户最为青睐海南丰富的康养旅游资源。

上海春秋旅游的数据显示,海南地区酒店订单量同比增长60%,景区门票订单量同比增长25%。值得一提的是,当地夜游景区门票订单量同比增长90%。

同程旅行数据显示,今年春节假期海南酒店预订间夜量同比增长96%,海南旅游市场迎来“小阳春”。

### 关键词3/ 短程

数据显示,春节假期近程、短程出游市场颇为旺盛。

携程研究院行业分析师方泽茜分析认为,今年春节近程本地游趋势明显,全国各大景区、都市繁华商区、历史人文街区等吸引市民游客走出家门。数据表明,春节假期超八成游客选择在本地逛景区,携程平台上的本地景区门票订单占比高达82%、本地酒店预订量

占比约为60%,显示出本地游热度更为明显。

同程旅行的数据显示,以上海、南京、杭州为中心的都市圈成为假期人群流入最多的地区,这些城市也是春节期间最为热门的出发点。

在马蜂窝平台上,70.8%的年轻人选择其所在地市内或近郊的“一日游”。

### 关键词4/ 酒店

数据显示,“酒店+年夜饭”“酒店度假”受消费者青睐。

从目的地来看,同程旅行平台上的新疆酒店预订间夜量较去年春节增长110%,吉林、安徽、湖北等地酒店预订也出现大幅增长。

从消费特征来看,人们更加注重安全和体验。同程旅行有关负责人表示,长三角地区出游、返乡人群

更倾向于选择卫生安全有保障的酒店。

携程数据显示,截至2月5日,春节期间连续住2天的订单量同比上涨26%,连住3天的订单量同比上涨35%;冰雪、电竞、剧本杀、影音等特色酒店进一步丰富游客的住宿体验,例如电竞房假期订单量同比上涨超过80%。

### 关键词5/ 亲子

今年春节假期恰逢“双减”后的首个寒假,为亲子家庭提供了惬意的“遛娃时机”。驴妈妈旅游网的数据显示,今年春节假期出游高峰期在2月2日到2月4日。出游人群中,“80后”“90后”依然最活跃,合计占比超六成,家庭客群是主力军。

携程的门票数据显示,今年春节假期亲子订单占总订单比例近四成,亲子家庭逛景区的花费较非亲子客群的订单花费多31%。其中,“80后”亲子订单是“90后”的6倍,“80后”带娃逛景区的花费比“90后”多10%。

### 关键词6/ 人文

虽然受疫情影响,人们出游半径有所缩减,但各地年节氛围不淡,春节旅游市场呈现“以文促旅”的特征。

同程旅行的数据显示,假期人文类景区订单量同比增长200%。打卡古镇、历史园林、“虎年看虎”,博物馆里看新春展等,深受年轻游客喜爱。驴妈妈旅游网的数据显

示,逛灯会、民俗体验、非遗表演等文化主题游让年味愈加浓厚。

以上海为例,春节七天假期中前四天的游客逾598万人次,以“乐嗨过大年 非遗新体验”为主题的新春文旅活动有近500项,人们还在“海派城市考古”中深度体验城市文旅资源。

(新华社2月7日电)

## 花钱刷好评,付费删差评……

# “明码标价”的消费点评谁敢信

特别关注

“又踩雷了!”提起最近打卡的网红西餐厅,合肥市民谢宇摇摇头。春节期间跟相亲对象第一次见面,他特意在点评类平台上选了一家高分店,“没想到菜不好吃,环境还那么嘈杂,和平台上的评价相差甚远。让我好没面子。”

近年来,有关部门多次开展打击刷单炒信、虚假宣传等不正当竞争行为的专项整治行动,一些点评类平台也出手整治刷分控评等流量造假问题,每次处理的账号都数以万计,但刷分控评等乱象依然难以根除。

记者调查发现,刷分控评手段“花样百出”,刷分坑了顾客、乱了市场、苦了商家。



## “你刷我刷大家刷,不刷你就输了”

移动互联网时代,消费时参考平台评分已成为越来越多网友的习惯。大众点评、口碑等主打消费点评的平台,成为不少网友“装机必备”。

“过去消费前总会看看点评软件,经常能发现一些‘宝藏店铺’;自己消费之后也会给店家打分,给其他网友提供方便。”在北京工作的王明明说。

消费者在点评类平台上“真心实意”地打分评价,形成了互联网自发的监督体系。这样的“线上互助”一度成了很多人的“消费指南”“避坑宝典”。

“不知从什么时候开始评分越来越假,很多评论一看就出自专业写手,根本不具备参考价值。”王明

明说,现在很难再相信平台上那些“高分商家”“必吃店铺”。

另一端,不少商家也感到无奈。“不刷评分不行啊,大家都在刷。”合肥一家烤肉店店主李先生吐槽:“现在餐饮行业竞争激烈,如果评分不好,客流量会少很多。”

“你刷我刷大家刷,不刷你就输了。”为了让店铺赢得更好的口碑,不少商家向自称可以提升评分的第三方机构求助。

“只有连锁店或有实力的网红店能长期刷分,我们这种小店‘烧’不起。”李先生表示,在这种内卷式刷分中,小商户肯定处于劣势。

在黑猫投诉等平台上,投诉虚假评分的消费者有很多,涉及餐饮、

旅游以及美发美甲等领域;一些商家也投诉遭到同行或第三方机构恶意差评。

相关平台也开始注重治理刷分控评乱象。2021年前5个月,大众点评处罚“刷好评”用户账号5万多个,“刷单”“刷评”商户1万余家,并升级了算法识别能力。

尽管不断加强技术防范能力和专项治理力度,在一些平台上,刷分控评乱象仍屡禁不止。安徽省消保委消费指导部主任胡茵表示,刷分控评向消费者传递虚假信息,侵犯消费者知情权和选择权,对同行业经营者构成不正当竞争,造成市场混乱,也会给平台带来信任危机。

## 刷分控评涉嫌违法, 点评乱象需治理

不久前,中央网信办部署在全国范围内开展“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动,治理生活服务、书影音评分、短视频等平台刷分控评、刷单炒信等流量造假问题。业内专家建议监管部门、平台、商家、消费者多方携手,共建健康“点评生态”。

“不管是商户还是中介机构,刷分都涉嫌违法。”安徽大学法学院副院长李胜利说,反不正当竞争法规定,经营者不得对其商品销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,不得通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

“平台经营者和平台内商户开展合作无可厚非,但不得协助或诱导商户刷单炒信。”陈音江说,电子商务法规定,电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等向消费者显示搜索结果,搜索结果应真实、全面、客观,不应被商业利益扭曲。

陈音江建议,打击黑色产业链涉及市场监管、网信、公安等部门,要形成协同共治机制,加大监管力度。此外,刷分控评隐蔽性强,监管部门也要创新监管方式,例如通过大数据技术、算法识别等手段开展调查取证。

李胜利表示,无论是虚构交易量还是编造用户好评,相关行为都是在平台上进行的,在数据收集、行为监控方面,平台具有先天性的优势。因此,平台应该负起主要责任,首先应与商户保持合理的距离,商业合作应合法合规;其次应加强日常管理,优化产品与算法,避免“劣币驱逐良币”。

(新华社2月7日电)

## 是谁“玩坏”了“点评生态”?

记者调查发现,刷分控评并非个别行为。商家、第三方机构甚至部分平台都参与其中。

——商家“盛情邀约”,顾客难以拒绝。“我们会跟顾客要好评,给好评就赠送菜品或者给予优惠。”在北京经营一家饭店的王女士发现,通过打“人情牌”,给顾客送福利,自家饭店的评分慢慢就“刷上去了”。

“商家有时会让我给好评,只要服务不是太差,我一般不会拒绝。”芜湖市民黄敏说,有时是商家“软磨硬泡”让人“盛情难却”,有时是商家提供各种优惠,因为“吃人嘴短”只能给出好评。

——第三方机构介入,刷分控评“明码标价”。记者在购物网站输入“口碑运营”等关键词,出现大量

宣称可以提高评分、优化评论的第三方机构。甚至有机构声称拥有3万多名“达人”“大V”,业务范围覆盖全国,“只要你肯投入,就有专业人士送上优质好评。”

记者联系了一家机构,对方“明码标价”,表示“好评60元一条,访容量、收藏量都是1元一个”“钱花得越多,效果越好”。

除了可以花钱刷好评,还可以付费删差评。武汉一家餐厅经营者李先生告诉记者,开业不久就有机构找上门来,表示可以帮助删除差评,“订购888元套餐,可以帮助处理15条差评。”

——部分平台“出手”,协助商户“作弊”。“与平台合作,能提升店铺评级,由此能获得更多曝光和流