



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

## “门票减法”背后的“消费加法”

“以前来灵隐寺门票得花75元，现在扫码预约就能免费进，这是实实在在的惠民！”浙江省杭州市灵隐飞来峰景区入口处，家住杭州的高女士告诉记者。

近日，杭州西湖风景名胜景区发布通告，宣布自2025年12月1日起，灵隐飞来峰景区（含灵隐寺、永福寺、韬光寺）免费开放，游客可通过线上预约方式进入景区。

这是杭州继2002年西湖免票后又一文化惠民举措。2002年，杭州西湖免费开放，成为全国第一个免票开放的5A级景区，其“免票+产业融合”的模式被多地借鉴。如今，杭州再次“还景于民”，推动文旅行业从门票经济向综合消费经济转型。

### 从“还湖于民”到“还寺于民”

“免票降低公众了解这一国宝级文物的门槛，让千年石窟造像艺术真正走进大众视野。”浙江省博物馆吴越国历史文化研究展示中心副主任魏祝挺介绍说。

12月1日，灵隐飞来峰景区预约制实施首日便迎来客流高峰。据统计，截至12月1日中午12点，灵隐飞来峰景区入园客流1.6万人次。当日总预约量达3.15万人次，和往年同期相比，入园游客量增长约70%。

在灵隐飞来峰景区现场，记者看到，原售票处电子大屏滚动播放免票通告，景区主干道两侧、指示牌旁等醒目位置也贴上了免票标识；检票口闸机已全部更新。

据景区工作人员介绍，免票正式实施

后，此前游客需支付的45元景区门票与30元灵隐寺香花券将全部取消。游客需至少提前1天通过“杭州灵隐飞来峰”小程序预约入园。已购买2025年杭州公园年卡或杭州寺院年票的市民，在12月31日前仍可凭年卡直接入园，无需预约。

家住附近的市民周阿姨表示，“现在免票了，以后每周都能来爬爬山了。”

免票政策受好评，但游客激增后，如何平衡游玩体验和景区管理？

“免门票不等于免管理。”景区工作人员介绍说，景区根据近年大数据设定了每日预约限额：工作日3.5万人次、双休日5万人次、节假日6.5万人次。“这是综合交通承载、游客舒适度和文物保护需求测算出的平衡点，既能保证游客的游览体验，也不会给文物和环境带来压力。”

### 从“门票减法”到“消费加法”

2002年10月，杭州率先免费开放西湖南线的老年公园、柳浪闻莺公园、少儿公园和长桥公园，拆除环湖围墙并实现24小时开放；2003年4月，进一步将西湖十景及沿湖所有绿地、景观纳入免费范围。

据统计，西湖免票后，杭州旅游总收入从2002年的294亿元增长至2024年的3450.3亿元，印证了“免门票换大消费”的模式。免票前，西湖景区年接待游客约2000万人次，免票后，游客量持续攀升。杭州西湖风景名胜景区管委会公布的数据显示，2024年西湖景区全年接待游客达3700余万人次。

接待入境过夜游客同比增长107.8%，西湖周边的餐饮、民宿、文创消费链已成为城市经济的重要支柱。“原本计划来杭州玩1天，因为西湖免票所以来逛逛，没想到被景区里的宋韵投壶体验勾起了兴趣，索性多住1天去体验灵隐素斋和文创手作。”来自上海的游客陈先生说。

根据杭州“241算法”，游客每多逗留24小时，杭州年旅游综合收入便会增加100亿元。这种“低门槛引流——高黏性消费”的生态，让游客愿意放慢脚步，甚至多次到访，也吸引了更多计划短途游、深度游的游客。西湖免票20多年来，杭州已构建起“公共交通+智慧服务+多元业态”的全域旅游配套体系，让游客从“过境游”转为“深度驻留”。

借鉴2002年西湖免票的成功经验，灵隐寺等景点再次迎来免票，这是杭州深化文化惠民、突破门票经济的又一重要举措，同时，形成“门票免费、产业增值”的良性循环。

值得关注的是，最近，浙江还有景区也跟进宣布免门票。如丽水松阳县境内的黄家大院、延庆寺也从11月21日起免门票。

### 从“免票红利”到“管理考题”

作为西湖的核心子景区，免票政策实施前，灵隐飞来峰景区日均接待游客超3万人次，周末及节假日最高可达8万人次，12月1日免票首日，景区预约量同比激增。持续增长的客流量给景区体验与生态保护

带来双重考验。

为破解客流量大难题，景区推出精准交通管控举措。灵隐片区实施小客车限量通行，游客需提前申领“西湖通”凭证，特定时段实行单双号限行，核心区域仅允许公交和工作用车通行；加密地铁接驳公交班次，开通专属专线，大客车停车位实行分时预约。

此外，景区还升级基础设施，改造灵竺路步行街、优化出入口布局，更新智能闸机与安防设施；在飞来峰核心区加装硬隔离装置，物理保护石窟造像等文物，推行场馆“轮休”制度。

近两年来，数字化转型成为管理升级的核心抓手。西湖景区2024年上线的AI智能体“泡泡爱旅行”，游客扫码即可获得基于实时位置、天气和客流密度的个性化路线推荐与文化讲解，将“随机流量”转化为“可运营流量”。灵隐寺等景点免票后，依托新升级的灵隐“数智”指挥系统，整合9000余路监控，通过AI系统自动识别19类管理问题。

精细化治理与数字化赋能不仅守住了保护底线，更激活了消费潜力。通过“门票免费、产业增值”模式，西湖景区2024年带动杭州全域旅游收入较2002年增长超10倍。周边餐饮、民宿、文创组成的消费联盟年销售额达58亿元，景区通过特许经营与消费分成获得的收益，已超过免票前的门票收入，实现了生态保护、游客体验与经济发展的良性循环。

（据《工人日报》记者/王佳璐）

## 减肥药、美白丸、护眼“神水”……“网红药”靠谱吗？

无需节食运动的减肥药、一吃就白的美白丸、可矫正视力的眼药水……近年来，不少“网红药”风靡市场。直播间内的“限时抢购”、社交平台上的“种草攻略”、朋友圈里的“熟人背书”，吸引网民跟风购买。

这些“网红药”靠谱吗？热销背后有啥猫腻？记者进行了调查。

### 多种“神药”在网络泛滥

记者在社交平台、电商平台等搜索发现，从减肥药到鼻喷药，从眼药水到“治癌秘方”，打着各种名头的“网红药”在网上热销。然而仔细观察配图中的药品包装，有的生产厂家、名称等信息不全，有的号称是“进口药”却没有药品批准文号。

业内人士指出，这些“网红药”有的是有一定功效的保健品，但被炒作成药“神药”；还有的是未经国内临床验证及批准进口的“海淘”药，安全性存疑。这些药一旦被滥用，可能危害生命健康。

近年来受到减肥群体关注的司美格鲁肽，最初被用于治疗2型糖尿病，但因其显著的减重效果，迅速被冠上“减肥神药”的名号走红网络。“司美格鲁肽属于处方药，并非适合所有人群减重，也不能随意加大剂量。”四川大学华西医院临床药理学部（药剂科）主任药师苏娜说，患者如果自行购买使用，可能引发严重毒副作用。

患者购买处方药本应有严格限制，但

据许多网友反映，处方药可以在一些网店轻易买到。

“在网上药店填下个人信息，随便写几个症状就行，几分钟就开出处方来了。”一位网友发帖写道。记者在某电商平台也尝试购买一款“网红”流感处方药，按照平台“互联网医院”的提示填写病情后，平台并未要求出示病历等证明信息便开出处方来，前后历时仅2分钟。

### 揭秘三大营销手法

“网红药”是如何炮制出来的？

——夸张营销文案营造“神药”形象。

“三天根治颈椎病”“不用手术搞定慢性病”“祖传秘方无副作用”……“网红药”的宣传往往刻意迎合患者的焦虑心理，精心设计的文案很容易让人心动。“一些缺乏科学认知的患者，尤其是老年人群、癌症治疗相对难度大的患者，更容易相信‘网红药’的宣传。”一位受访医生说。

“现在不少患者出现健康问题，第一反应就是去网上搜治疗方法，很容易被误导。”成都市第一人民医院肿瘤科主任医师段萍表示，各类商业机构出于营销目的发布的“伪科普”充斥网络，一定程度上挤占了真科普的空间。

——利用直播间、短视频等平台大肆传播销售。

今年以来，多地市场监管部门公布了

一批违法广告典型案例，其中多起涉及网络贩卖虚假“神药”。这些案例中，消费者轻则钱财受损，重则耽误治疗加重病情，甚至丧失生命。

受访专家表示，随着传统媒体对药品类广告的监管愈加严格，“神药”广告呈现出向社交平台、短视频平台等转移的趋势，并与直播带货相结合，成为“网红药”泛滥的重灾区。

——造数据、雇水军营造销售火爆假象。

记者了解到，一些网络平台上的消费评价已形成一条造假产业链。一些商家与刷单团伙合作，虚假下单并发布好评，伪造销量数据和好评率误导消费者。还有商家雇佣专业写手和网络水军，在社交平台以不同账号发布大量“网红药品测评”，营造好评如潮的假象。

有网友在社交媒体上吐槽，看了“种草”帖的推荐后，“激情下单”某款宣称能够改善睡眠的“网红药”，服用后却发现效果与推荐相差甚远，疑似“三无产品”。

### 补齐监管短板，加强医疗科普

受访专家表示，“网红药”泛滥问题，凸显网络空间的药品监管存在薄弱环节。应切实落实药品管理法、消费者权益保护法、广告法等相关规定，不断完善药品监管体系，持续规范医疗科普工作。

近期，市场监管总局针对通过“伪科学养生课”等形式诱导营销、将普通商品包装成医治百病的“神药”等私域直播领域突出问题，在全国部署开展专项整治。截至10月，共立案30件，其中私域直播平台6件、直播商家24件，已处罚没金额293万元、拟处罚没金额约663万元。

专家表示，下一步应继续丰富药品监管手段，打出治理“组合拳”。监管部门应加强源头治理、加强执法检查力度；网络平台应升级技术手段，强化内容审核管理。进一步明确销售者、购买者、网络平台各自的主体责任，加强数据互联互通，切实堵住网售处方药的漏洞。对于直播带货“播完即删”的监管难点，建议启用电子取证等技术实现全链条追溯。

受访医生还建议，加强医疗科普“正规军”建设，出台更多激励措施推动更多医护人员参与科普，避免不良机构把医疗科普当作牟利工具误导公众。

“用药安全容不得‘江湖忽悠’，医疗科普不能是‘流量生意’。”湖南省卫生健康委健康促进处处长王可为表示，除了从事科普的医护人员要加强行业自律，网络平台也要完善相关自媒体账号的资质认证，对于违规带货、发布虚假广告等行为，要依法依规从重处罚。

（据新华社 记者/董小红、帅才、白阳）