

[晚报锐评]

飘散在昆明夜市的烟火气 是一种令人向往的生活

首席评论员
吴龙贵

飘散在昆明夜市上空的烟火气，本身就是一种令人向往的生活。生活不仅需要仪式感，更需要烟火气，需要看得见、摸得着、触手可及的幸福感。这种诉求，应该被尊重和满足，并成为我们生活的日常。

大理烤乳扇、手工烧饵块、小卷粉、凉拌水果、烤苕皮、香酥鸭……璀璨的灯光下，扑鼻的香味中，昆明人的夜生活刚刚开启。漫步在南强街、南屏街、昆明老街和正义坊等昆明知名的夜市打卡点，能充分感受到这座城市的祥和、安宁和浓浓的烟火气。目前，昆明正加快“夜经济”发展步伐，越来越热闹的夜间消费场景成为昆明经济稳步复苏的生动缩影。

最美人间四月天。对昆明来说，似乎尤其如此。四月的昆明天气渐热，晚间又变得特别凉爽，正是逛夜市的好时节。如此适宜的气候，当然不会被辜负。想逛昆明的夜市，有足够多的去处。南强街人气足，各地美食应有尽有，在我看来最具时尚感。而昆明老街、南屏街等地则地域特色浓厚，在这里可以感受老昆明的风味。当然，如果逛累了，想找个安静的去处，到海埂大坝，吹

着滇池的晚风，听一场露天演唱会也别有一番情趣。

夜经济，正在成为昆明的一张闪亮的名片。以往外地游客来昆明，大抵不过是去海埂大坝、云南民族村、西山公园等几个地方。现在到昆明，夜市是不能不逛的。夜市是一个城市最具烟火气的地方，呈现出原汁原味的市井百态和生活日常。不管是本地人还是外地来的游客，爱逛夜市的很大一部分原因，就是能够感受一个城市最真实最动人的一面。

夜市的发达，也是稳定和繁荣的象征。夜市里的人头攒动和热闹喧嚣，就是最形象的民生晴雨表，它一头连着商贩的生计，一头连着消费，展现出城市经济的活力和民众对美好生活的向往。

此前，淄博烧烤火爆“出圈”，专家、学者和媒体把它作为一个现象，总结出各种各样的原因。其实，淄博烧烤的火“出圈”有一个最底层的逻辑，

就是大众喜爱这种有烟火气的生活，而积压已久的消费需求正有待释放。淄博烧烤借这种天时、地利、人和，一时之间火遍全国。但事实上，包括昆明在内的全国许多城市的夜市，也都是一片繁荣景象。

夜市兴，则经济兴。发展夜经济对于扩大内需、繁荣市场、创造就业等具有明显的拉动作用。今年的昆明市两会上，如何发展夜经济，就成为与会代表和委员讨论的热点。围绕相关话题，大家建言献策，提出很多有建设性、可落地的想法和建议。春节之后，南强街等夜市的热闹非凡，说明了这种发展思路的正确性，也见证了民生经济的快速复苏。

飘散在昆明夜市上空的烟火气，本身就是一种令人向往的生活。生活不仅需要仪式感，更需要烟火气，需要看得见、摸得着、触手可及的幸福感。这种诉求，应该被尊重和满足，并成为我们生活的日常。

[媒体观点]

明码标价不是 乱收费挡箭牌

□ 陈江

火遍全网的淄博烧烤，将各地的烧烤生意带得更火。但吃烧烤要被收取燃气费，这直接就“刺”得网友上火。

近日，四川一网友发图称吃烧烤被收燃气费引起广泛关注。网友晒出了消费小票，金额总计214元，其中包括燃气费15元。对此，烧烤店店长回应称，燃气费是固定的15元，每桌都收，是明码标价。这引发了更多网友的不满。

明码标价，商家说起来振振有词，网友直言遇到了“燃气刺客”。有人直接怒怼：餐厅还能卖燃气，是不是超范围经营了？哪家餐厅烧菜不用燃料的？是不是下次吃饭都要自带煤气罐啊？怎么不把水费、电费和房租也一起算算？

从争议来看，顾客点餐时，事先并不知道进店吃烧烤，另外要付15元燃气费。根据《消费者权益保护法》，商家应事先告知相关商品或服务价格，消费者有知悉接受服务真实情况的权利。如果该烧烤店没有事先告知要加收15元燃气费，而顾客要吃烧烤，所谓的燃气费又是不能取消的“必点项”，商家显然侵犯了消费者的知情权与自主选择权，属于变相的强制性消费。

商家说，我这是明码标价，怎么是强制性消费？这恐怕是对明码标价存在一些曲解。客户可以直接看到商品或服务的价格，并不意味着商家可以随意设置收费项目，变相提高商品价格。商家固然有明码标价的义务，消费者也有质疑收费是否合理的权利。从常理而言，烧烤单品的费用中，实际已经包括了采购、加工的费用，自然也包括了加工食物的燃气费。而店家对燃气再次单独收取费用，哪怕是明码标价，事实上也已经涉嫌重复收费。这是不符合行业规则的，对顾客而言有违公平原则。

可见，烧烤店收取燃气费，是一种损害消费者权益的行为。正如消委会的律师所说，燃气费属于餐饮成本的一部分，将其列为单独收费项目明显不当。加工食物所需的原料、燃料及人工，都是餐饮成本和配套服务，不能随意转嫁给消费者。明码标价，更不是商家转嫁成本的挡箭牌，随意涨价、乱收费的口子不能开。否则，这会在很大程度上影响顾客的用餐体验，餐馆会因此减少大批回头客。

开门做生意，最重要的是诚实守信，不欺客。一家餐馆，味道好、服务好，顾客会用脚投票，完全没必要在燃气费上要花招。从“纸巾刺客”到“燃气刺客”，薅的都是消费者的“羊毛”，长远看都是必输的买卖，商家还是不要因小失大的好。

据钱江晚报

[读者来论]

警惕住宿行业经营者花式“整活”

□ 然玉

近年来“非标住宿”的概念风行一时，但在这个“五一”，显然有必要重申“标准化住宿”的规范含义与品质承诺。毕竟，这事关住宿体验，事关消费者权益。

4月24日晚，一位网友在社交平台发布文章称，浙江台州一家酒店“五一”期间推出“大厅睡沙发”的房型，原价189元，折后价格99元。25日，该酒店工作人员回应记者称，这并不是刻意炒作，由于是限时限量，这一房型已经下架，推出这一房型是因为“五一”期间生意过于火爆，酒店内100间房所剩无几，“已经有一两个人订了这个房型，我们已经免费将房间进行了升级，不会真的让他们睡沙发。”（4月25日中新社）

99元“大厅睡沙发”，闻所未闻的酒店住宿方案，当真叫人感到震撼。综合各项前瞻性数据看，今年“五一”出游市场的火爆，基本已成定局。如今的疑问仅仅在于，究竟火到了何种程度？预期中涌入的客流，会不会超越极限承载能力？近来，诸如“民宿掀起毁约涨价潮”“99元大厅睡沙发”之类的消息，似乎不约而同传递出某种“一房难求”的强烈信号。凡此种

迹象，既是市场现状的客观映射，也必然会明显影响买卖双方的心理与决策。

值得注意的是，在“99元大厅睡沙发”引发网络热议之后，涉事酒店迅速回应，表示“已经免费将房间进行了升级，不会真的让他们睡沙发”，“升级后的房型为1.5米大床房，店面价格239元”。这波操作，信息量满满。首先可以明确的是，该酒店仍有余房，没了的是“低价客房”；再者，可以想见的是，“大厅睡沙发”的创意，给这家酒店带来了巨大的压力。迫于形势，借着“限时限量”的说辞取消了此类房源，也算是识时务顺坡下驴了。

可以预见，越是临近“五一”，与“住宿”相关的新闻就越是层出不穷，行业经营主体“整活”的花样也会愈发脑洞大开。这里所谓的“整活”，大致是两个维度的。其一，针对所剩不多的“存量房源”，千方百计实现其房价最大化；其二，则是想方设法挖潜“房

源增量”，通过临时改造等方式突击扩容揽客……超级旺季，在一个典型的卖方市场内，相关住宿行业经营者，很可能进入细抠“床位数”而不是“客房数”来大做文章的疯狂攫利期。

应该说，在挺过前些年的困境之后，今年住宿业终于迎来了业绩修复的良机。如果说这个异常火热的“五一”是一波市场红利，那么很显然，相当多的民宿、酒店，是不甘于赚取市场平均收益的，而是挖空心思“向细节要效益”。诸如，“99元大厅睡沙发”之类产品创新，既是尝试也是投机。台州这家酒店在引发舆论风波后兴趣地知难而退，而需要追问的是，线下消费场景内，又是否会有如法炮制的“临时加床位”等操作呢？

近年来“非标住宿”的概念风行一时，但在这个“五一”，显然有必要重申“标准化住宿”的规范含义与品质承诺。毕竟，这事关住宿体验，事关消费者权益。