

# 驮不完,根本驮不完!“这班是一天都不想上了” 敦煌月牙泉千余骆驼集体“罢工”?

## 事件简述

近两日,有多位网友反映,甘肃敦煌鸣沙山月牙泉景区供游客骑乘的骆驼集体“罢工”。7月19日,前往甘肃省酒泉市鸣沙山月牙泉景区旅游的李女士(化姓)告诉记者,她也是来月牙泉体验骑骆驼的,但是到了景区后才得知,骑骆驼的项目暂时停止服务了。李女士打电话询问景区,得知具体的开放时间需要等候通知,但为什么暂停项目,她并不了解。

19日,记者从景区管理处获悉,从18日起,确实暂停了骑骆驼的项目。“一方面是最近暑期游客太多了,每天的客流量都有两三万人左右,且大部分游客都是要骑骆驼的,但骆驼只有1000多头,从早到晚都在工作,而且天气又热,有骆驼出现体力不支的情况。除此之外,因为骆驼的数量比较多,一到下午,景区内尘土较大,且还有骆驼粪便,气味较重,有环境污染,所以景区方面也在进行整改。”该工作人员介绍,景区内还有观光车等其他项目,都是可以正常游玩的。至于何时才能重新开放,景区也在等候通知。

(来源:极目新闻)



## 网友评论

@战德:骆驼:驮不完,根本驮不完……

@余小兰:骆驼:这个班我是一天也不想上了!

@i7ocean Sky:工作量骤增,加班严重,骆驼不干了。

@吴丽丽:骆驼这辈子也没想到,动物界最能吃苦耐劳的一哥,居然有一天被暑期旅游大军骑趴下……

@·-·-·:不知道的还以为去攻打匈奴呢。

@Mar-Yang-:我去的那年,看到用绳索牵着骆驼的鼻子,让她服从于人类,不忍心,放弃了骑那么可爱的它。



@怪妖独孤癖:骆驼也需要劳动法保护,过度加班有害健康!

@俊哥的饭票:即使它们是盈利工具,也请保障动物福利。

@狂风,三:所有为人类服务的

动物们,都应该得到起码的尊重,这是它们应得的权利!善待动物就是善待咱们自己,天地互爱。

@菌:建议给骆驼们排个班,然后骑骆驼的项目预约。

素有“沙漠之舟”之称的骆驼,可以承载200公斤的物体,一般来说一天可以行走60~100公里。据景区工作人员的说法:一是骆驼不够游客骑,二是景区也支撑不起骆驼的活动。说白了,就是游客数量已经超过了景区的承载力。不堪重负的骆驼除了罢工,还能有什么好办法应对?

这背后,不难看出既有游客超过景区承载力的因素,也有景区管理的问题。如何在保证骆驼的动物福利前提下,满足游客的消费体验:是否可以实行限量服务,控制骑行骆驼的游客数量?是否可以在总体上控制景区的游客规模,避免景区的过度负荷?景区在管理上还需要想点子、下功夫。

## 小编说两句

## 买空调不配送遥控器 晒单给好评才能领取?

### 事件简述

买一台2000多元的空调挂机,却得不到一个遥控器。最近,声称要用数字化操控“颠覆”传统遥控器的华凌空调,却因颠覆了大众认知而屡遭投诉。

记者从多名消费者处了解到,他们大多是装机时才了解到华凌空调不配送遥控器,客服人员建议他们在社交平台上“晒单”,可免费领取一个遥控器,否则就需要按每个29元的价格购买。

记者了解到,晒单领遥控器的活动至今仍在开展,但要求消费者完成安装后才能参与,且对评价要求较为复杂。如果想要多个遥控器,还需进行购买。

对于华凌空调后续是否考虑随机配送实体遥控器,或作出其他调整措施,记者19日联系了华凌品牌人员,截至发稿尚未得到回复。(来源:羊城晚报)



## 网友评论

@AAA榴莲X光扫描机:这让我想到了著名的买手机不送充电器,要单独买。

@彭晓玲:没有苹果的命,还学苹果的营销。

@^\_^:我们家就是华凌空调,那个客服说华凌空调就没有遥控器,后来我妈投诉了才给我们遥控器。

@poloho:没事的,不买就好!

@Chole:现在商家的操作越来越奇葩,本就是理内之事,做好了自然好评如潮,这种强制索要好评的行为简直是反向操作,这种索要来的好评并不是真心实意的“好评”,分明是绑架来的“好评”。

## 小编说两句

现实生活中,买空调一般都会默认配置遥控器,但这个华凌空调就用“清奇出格”的操作“教育”了消费者。空调与遥控器虽然是单独的两个物品,但这可以说是密不可分的商品组合,分开售卖是否涉嫌侵犯消费者权益?更何况,商家还要求消费者给出好评后再配送遥控器,“买好评”行为也涉嫌违法了。遥控器算是个小物件,但消费者权益不可忽视。商家“一鱼二吃”的做法只会败坏自身口碑。

## 逆势高价还使用植脂末? 网红品牌茉酸奶争议不断

### 事件简述

近日,茉酸奶官方公众号针对8月计划上市的猫山王榴莲新品发起调查问卷,征集消费者的价格接受范围,给出的价位选项分别为68元、88元、108元,这也意味着该新品售价最低68元起步。面对网友质疑,茉酸奶答复称,“会根据大家的意见与建议进行调整”。相关负责人在接受媒体采访时称,茉酸奶并非采取高价策略,其产品价格带在20元到40元区间,非常宽泛。

而令其在社交媒体上陷入争议的,还有在产品中使用了植脂末。据网络流传的茉酸奶制作原料,除牛油果等水果外,其产品还使用了名为“上野曼道牌雪糕”的原料,而网友质疑上述雪糕配料中的精炼植物油等成分实则是将植脂末成分拆解而成。记者就上述争议向茉酸奶方面求证,相关负责人回应表示,目前原料确实没有植脂末。(来源:新京报)



## 网友评论

@Andy Wang:好喝是好喝,但贵是真的贵……月入3万元表示也喝不起。

@慢陀螺:首先我们要搞清楚什么是酸奶。超市里99.5%的酸奶都写的是“风味酸奶”“风味发酵乳”,压根就不是真正的酸奶。这什么茉酸奶也是一个样,根本不是真正意义的酸奶。我听说喝风味酸奶跟喝可乐没区别,甚至更甚。

@彩晶:卷完奶茶卷咖啡,卷完咖啡卷酸奶,下一个准备卷啥?通个气就行,我提前喝点。

## 小编说两句

茉酸奶说,自家产品价格带在20元到40元,但事实上,对于酸奶饮品这类大众消费品而言,这个区间的定价早已超过平价这一标准。作为高价饮品品牌,消费者凭什么要选择茉酸奶?高价的定位应该用高端的产品与服务支撑,茉酸奶是否能够真正做到?噱头之外,如果名不副实,难免“翻车”,这样的品牌即使成为网红恐怕也走不远。