

5天环洞庭湖骑行350公里

22个家庭组团挑战自我,经历爆胎、摔车、受伤、暴雨等考验,收获骑行的快乐,孩子感慨“再远的路途都是短暂的”

长沙晚报5月6日讯(全媒体记者 罗悦)在刚刚过去的“五一”假期,长沙的22个家庭有了一次独特的体验,他们花费5天时间,环洞庭湖骑行350公里。从艳阳高照到乌云密布再到暴雨倾盆,路上状况百出,但无一人放弃,全部于5日平安返回长沙。6日,记者联系上此次活动的发起人王小平,听他讲述背后的故事。

一次尝试:22个家庭62人参与

去年,37岁的王小平发现11岁的儿子有了新变化:活泼好动、精力充沛、对世界充满好奇心。为此,有十几年骑行经验的他带着儿子进行了第一次长途骑行。“骑行是认识和感受自然很好的方式。”慢慢地,身边感兴趣的家长陆续加入了王小平组建的“亲子骑行徒步群”,目前已有近500个家庭加入。经过一年40多

次的周六户外运动,孩子们的体能明显提高,他们开始寻求更高难度的挑战,因此环洞庭湖亲子骑行计划被提上了日程。

“一提出这个行程,群里就有46个家庭报名。最后经过体能测试,只有22个家庭能够参加,其中大人31人、儿童31人,总计62人。”王小平告诉记者。



孩子们骑行在泥泞的道路上。



一份收获:5天骑行350公里

以岳阳楼为起点,途经钱粮湖镇、大通湖、沅江、洋沙湖,终点为长沙,全程近400公里。为了让此次亲子骑行活动能安全顺利开展,王小平将报名家庭分为4组,提前1个月分别去4个地点实地考察,并制定了详尽的行程攻略和应急预案。同时,活动还准备了6辆后勤支持车以及专业的医疗人员和救援设备,确保参与者的安全。

爆胎、摔车、受伤、下雨、掉队、矛盾、争执……活动进行到第三天,一场突如其来的暴雨给他们的骑行带来更大的考验。“刚下暴雨时有点崩溃,但是骑行中看着车轮溅起的水花,听雨声在耳边唱歌,觉得太有趣了,感受到了暴雨中骑行的快乐。不再畏惧暴雨,脚下反而更加轻快,再远的路途都是短暂的。”事后,一名7岁的女孩回忆时

这样说。“在骑行中暴露出的问题,促使家长和孩子尝试解决问题,锻炼了孩子钢铁般的毅力,增进了亲子关系,培养了孩子应对各种问题的能力。”回忆起这5天的经历,王小平和家长们都觉得收获满满。据了解,此次骑行总长为350公里,比预期的320公里多了30公里。他们平均每天要骑行70公里,每天骑行6到7个小时。路程变长了,天气变恶劣了,大家想要骑行到终点的愿望更强烈了。“一个人可以骑更快,一群人可以骑更远!”骑行结束后,一位参与此次活动的家长这样感慨道。

“听说洞庭湖的秋景很美,今年国庆假期,我希望开展一场时间更长,更具考验的环洞庭湖亲子骑行活动,带领更多家庭体验不同季节的自然风光。”对于下一次活动,王小平有了新计划。



5天的骑行,让大人和孩子们收获多多。均为受访者供图

扫码看视频
拍摄/罗悦
剪辑/林曦

已参加科目二考试的,不予退费? 法院判决:格式条款未明显标识应认定为无效

长沙晚报5月6日讯(全媒体记者 李广军 通讯员 彭波 孙红梅)市民谭怡(化名)在某驾校学车,科目二学习期间,她被连续更换了3个教练,手感还没练出来就参加考试,结果“挂科了”。越想越气的她决定向驾校申请退费,却被以“已参加科目二考试,不予退费”的条款被拒。6日,芙蓉区人民法院通报了一起教育培训合同纠纷案,提醒某些看似普通的条款,可能因违反法律规定而无效。

学员不满驾校服务申请退费被拒

“几个月前我报了一个驾校,但是教学质量太差,于是我想退掉学费。但对方告诉我,根据合同,已经参加科目二考试,不予退费。”

提到科目二考试,谭怡气不打一处来。“我考完科目一之后,驾校前后换了3个教练来教我科目二,每个人风格完全不同,甚至没学好就催我去考试,结果我在考试现场啥也想不起来。于是,我一气之下报了另一个驾校,结果所有的考试一一把过。所以这应不应该退学费?”

双方最终对簿公堂。芙蓉区人民法院认为,本案的争议焦点为:合同里“已参加科目二考试的,不予退费”这一条款是否有效?本案中,驾校提

交的合同条款系“格式条款”,其中有关退费的约定,驾校负有明确说明的义务。现驾校提交的证据,不足以证明其对学员进行了免责声明。根据《机动车驾驶员培训管理规定》,机动车驾驶员培训实行学时制,按照学时合理收取费用。学员提前终止培训申请退费,符合培训行业惯例。故案涉合同写明“已参加科目二考试的,不予退费”的条款无效,驾校无权依据案涉合同的格式条款限制谭怡退费的权利。

对于退款问题,根据本案中双方合同履行的程度及解除的具体原因,法院酌情认定驾校退还谭怡部分学费,即退还培训费1309元。

驾校合同退款问题引发关注

近年来,驾校行业得到了迅猛发展。随之而来的是各种合同纠纷,其中最引人关注的是驾校合同的退款问题。

本案承办法官表示,一般情况下,学员与驾校签订的合同在签订时即生效。但值得注意的是,合同整体有效,并不意味着每一条条款都符合法律规定。某些看似普通的条款,可能因违反法律规定而无效。

本案中,“已参加科目二考试的,不予退费”系格式条款。作为提供格式条款的一方,驾校没有在合同订立时

采用足以引起对方注意的文字、符号、字体等明显标识,学员可以主张该条款不成为合同的内容,主张不受该条款约束符合法律规定。

驾校不合理地限制学员的合同解除权时,不是学员订立合同所期望的情形,与订立合同的目的相悖,损害了学员的合法权益,该格式条款应认定为无效。故法院结合驾校已提供的服务占约定总量的比例、约定的计价方式等因素,依照公平原则和诚实信用原则,酌定驾校向学员退还部分培训费。

经济

责编/王金文 美编/王斌 校对/刘芳

IP首展成流量密码

“五一”假期长沙消费市场活力满满,新场景新业态火热出圈



松雅湖吾悦广场哆啦A梦主题展人气旺。长沙晚报通讯员李非非 供图

长沙晚报5月6日讯(全媒体记者 刘捷萍)首秀首店精彩纷呈,新场景新业态火热出圈……今年“五一”假期,天公虽不作美,但雨水挡不住八方来客畅游长沙的热情。长沙各大商圈人潮涌动,消费市场活力满满。

首展首秀成流量密码

5月3日上午10时,大雨没有挡住人们出行的脚步。3名小伙子登上长沙IFS的扶梯直达三层。还没到客流高峰,他们加快了脚步,径直来到设在中庭的高达基地长沙快闪店。

“机动战士高达”是日本著名的动漫IP,在国内外拥有众多粉丝。此次高达快闪店湖南首秀,带来了超过100种高达基地拼装模型和周边产品。穿行在商场,记者不断偶遇手提高达基地购物袋的消费者。“长沙市民热情非常高,日均进店消费者超过6000人。”快闪店有关负责人介绍,高达粉丝的年龄跨度比较大,消费热情也持续高涨。

IP首展成为今年“五一”假期众多商场的流量密码。无论是北辰三角洲大悦城的bilibili-Goods快闪长沙首店,还是松雅湖吾悦广场的“哆啦A梦·大熊的地球交响乐”主题展,都用动漫文化吸引了一大批年轻消

费者。“置身其中仿佛回到童年。”市民李先生带着孩子在松雅湖吾悦广场哆啦A梦主题展拍照打卡,玩得乐不思蜀。

各IP打造的首展首店在提升市民体验感的同时,也成为带动消费的重要引擎。据悉,松雅湖吾悦广场5天假期累计客流达50万人次,销售额2500万元。

新场景新业态火热出圈

“当我抱着超大的奥利奥和辣条走在街上,回头率不要太高。”“00后”武汉游客小宇发的朋友圈收获一众点赞。长沙零食很忙旗下的大零食店“超级零食很忙”和“零食很忙”,这个“五一”成为了热门“景点”。尤其是位于解放西的“零食很忙”店,即使下着雨,半夜12时还有很多人排队。

据悉,5月1日至5日,“超级零食很忙”与“零食很忙”双店总营业额共计715万元。其中,“超级零食很忙”总营收近400万元,单日营收最高超91万元,再次刷新国内零食单店单日营收纪录。“零食很忙”则以280平方米的营业面积,五天总营收超300万元,创下零食行业的“坪效”新纪录。新业态和新场景带来新体验和获得感,引燃市民和游客的“五一”假日消费。

胖东来调改后的步步高超市梅溪湖店,也成为热门景点之一,客流和日销售额成几何倍数增长。“五一”当天销售额创历史新高超过240万元。步步高梅溪新天地5月1日至4日客流累计77.2万元,同比增长34%。

商场也纷纷使出“大招”,用创意活动和折扣福利,为消费者带来情绪价值和实惠大餐。

长沙王府井百货啤酒市集嘉年华,携手近30家长沙本土精酿啤酒品牌,与特色小吃、手作面包,主打“100%松弛感的创意好去处”。市集三天带动客流超过18万人次,4月30日至5月4日客流累计25.6万人次,大大超过去年。

友阿奥特莱斯开展的“躺平大赛”“摸鱼大赛”等互动活动吸引了众多参与者,让顾客在轻松的氛围内释放压力、尽情欢愉。在全场一折起、多件折上折的给力促销下,日均销售突破千万元。

市商务局有关负责人表示,“五一”假期是传统的消费旺季,消费市场的活力折射出内需的强劲动力。“零食很忙”“零食很忙”等品牌,商品消费将持续回升,服务消费也将保持较高增长势头。数字消费、绿色消费、健康消费、新能源汽车消费、电子消费将会成为新增长引擎。

拉动假日城市消费——

美食名片为长沙“上大分”

长沙晚报全媒体记者 任波

刚刚过去的“五一”假期,长沙市共计接待游客617.48万人次,游客总花费达72.46亿元。毋庸置疑,美食名片是网红长沙假日吸引人流的王牌之一,为这座城市“上大分”。

长沙美食用它的辣和甜装点长沙这座城市的网红时尚,特别适合当代年轻人用舌尖面对挑战、追求刺激、寻找激情、追赶潮流的生活态度和方式。长沙美食的韵味和名声正以巨大的亲和力风靡全中国,吸引年轻人。

来长沙,过一把正宗湘菜瘾,记忆里不但不多了一次在长沙大快朵颐的刻骨铭心,吃的同时,还能从舌尖到心灵来一趟湖湘文化的“精神之旅”。这是美食附送的妥妥伴手礼。

“五一”假期,平均每天1万人次在天宝兄弟吃虾,7万人次逛文和友

假期,记者走访了长沙一些具有美食名片效应的顶流餐饮店。为迎接假期,这些餐饮店纷纷调整了就餐时间,顺利迎接客流高峰的到来。

位处白沙路、靠近湘江边的天宝兄弟龙虾馆闻名全国,该店主要创始人之一财哥告诉记者,他们平时从下午3时开门迎客,“五一”期间改成下午2时迎客,客人用餐时间持续到次日凌晨3时。假期两天,天宝兄弟每天客流量达1万多人次,因营业面积有限,这一数据已达顶峰。

长沙文和友假期则提前到上午10时30分营业,至次日凌晨3时打烊。店方称,“五一”期间日均客流量约7万人次。距长沙主城区约19公里,驱车30分钟可达的大托湘江里老渔村,也是“五一”假期长沙餐饮的“顶流”。湘江里老渔村连续3年代表湖南民俗登上央视,声名鹊起。今年“五一”期间,该店从上午9时即已进客,晚上9时30分打烊,日均客流量1万多人次,门前停车坪的小车停得满满当当。

作为长沙老字号的火宫殿坡子街总店今年“五一”假期客流量明显高于去



扫码看视频

“五一”假期的天宝兄弟龙虾馆人气爆棚。长沙晚报全媒体记者 邹麟 摄

五一商圈餐饮火爆,小龙虾及夜宵消费超过正餐

除了走访餐饮门店,记者还向培养长沙厨师徒弟最多、与市场贴得最近的湘菜大师罗继湘询问今年“五一”期间长沙餐饮状况。罗继湘说,“五一”假期长沙餐饮有三大特点:一是五一商圈顶流餐饮店生意极度火爆,注意力经济吸引客流的作用突显;二是小龙虾、特色小吃以及夜宵消费超过正餐;三是“微辣”或“不辣”成为假期点餐常见语,外地食客需求正在影响长沙湘菜食性。

记者从天宝兄弟处得知,“五一”假期顾客在口味上提出“不辣”“微辣”的要求较多,当然也有少数顾客提出“猛辣”,呈现两极分化的局面。天宝兄弟的招牌口味虾、罗氏虾需求率最高。

长沙文和友店方称,“五一”假期恰逢新虾季,店内口味虾、蒜蓉虾、招牌虾等销量靠前。另外,长沙本土地道小吃东瓜牛肉肠、安顺桃臭豆腐、糖油坨坨等也广受顾客欢迎。

湘江里老渔村则称,红烧鳊鱼、特色油焖小龙虾等极受游客欢迎,此外湖湘风味小吃雪水臭豆腐、糖油粑粑、葱油粑粑等也深受游客欢迎。

火宫殿坡子街总店本以经营小吃著名,店方称,臭豆腐、糖油粑粑、葱油粑粑、小龙虾等传统小吃销量依然靠前。与此同时,火宫殿从湖南14个市州引入了小吃、小炒,使来自全国各地的游客“走进一店、吃遍湖南”,株洲艾叶粑粑、衡东脆肚、岳阳姜辣凤爪等地方风味很受游客欢迎。

“五一”假期,正当小龙虾上市季节,湖南一些地方小龙虾尚未成熟,目前湖北潜江、洪湖等地的小龙虾纷纷抢占长沙餐桌。值得一提的是,在“五一”前夕长沙万达金街出现了一家以仙侠为主题的“鸿蒙不人间·仙界小龙虾”餐馆,这是一家河南龙虾馆,想要借“五一”假期,抢占长沙的美食滩头。

此外,长沙赤冈冲公安新村粉店、县正街周记粉店、五一新村的刘百味粉店、坡子街肆肆粉店等知名粉店门前排起了长队,外地客人点粉,纷纷要“双码”。

罗继湘称,外地客人“五一”假期来长沙,一是寻找具有美食名片性质的餐饮店就餐,避免“踩雷”;二是好不容易来长沙,吃粉就点“双码”,吃饭就根据大众点评等网络平台推荐,选择餐馆排名前列的菜式,这样才不枉来长沙一趟。“长沙各美食名片餐饮店均注重品牌效应,认认真真做好美食,以擦亮他们自身的美食招牌,同时也擦亮了网红城市长沙的美食招牌,实现双赢。”罗继湘表示。