给“剧本杀”立规矩

本报记者 文 慧

近年来，“剧本杀”迅速崛起，凭借新奇、有趣、好玩、悬疑、刺激等特点，很快风靡全国，成为年轻人的心头好。但有些商家为吸引眼球、赚快钱，在剧本里嵌入恐怖、暴力、灵异等元素，有些内容甚至超出普通人心理承受能力。看似新鲜的朝阳行业，却因监管缺失而潜藏风险。

普及消费政策法规
揭露日常消费陷阱
搭建投诉调解平台
维护消费者合法权益

消费热线：2831805 18635299810
邮箱：dtwbxfzk@126.com
市消费者协会与本报消费周刊联合主办

近日，市场监管总局、文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》（以下简称《通知》），首次在全国范围内将剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理。

《通知》明确剧本娱乐经营场所经营范围为“剧本娱乐活动”，并实行告知性备案。剧本娱乐经营场所应当自经营之日起30个自然日内将经营场所地址以及场所使用的剧本脚本名称、作者、简介、适龄范围等信息，通过全国文化市场技术监管与服务平台，报经营场所所在地县级文化和旅游行政部门备案，新增剧本脚本或者剧本脚本的故事背景、剧情等主要内容发生实质性变化的，应当自使用之日起30个自然日内将剧本脚本的上述信息报原备案部门备案。

强化剧本娱乐经营场所主体责任，明确内容管理、未成年人保护、安全生产、诚信守法经营、行业自律等五方面要求。其中，在内容管理方面，剧本娱乐经营场所应当坚持正确导向，使用内容健康、积极向上的剧本脚本，鼓励使用弘扬主旋律、传播正能量的剧本脚本，同时应当建立内容自审制度，对剧本脚本以及表演、场景、道具、服饰等进行内容自审，不得含有法律法规禁止的内容。

设置政策过渡期，让剧本娱乐经营场所利用一年的政策过渡期，开展自查自纠，实现合规化经营。自《通知》印发之日起至2023年6月30日为政策过渡期。过渡期内，剧本娱乐经营场所应当根据《通知》有关要求开展自查自纠，依法变更经营范围，完善经营资质，向文化和旅游行政部门履行备案手续，建立内容自审制度，积极整改并消除消防等安全隐患。

此外，值得注意的是，《通知》专门提出要加强对未成年人的保护。剧本娱乐经营场所使用的剧本脚本应当设置适龄提示，标明适龄范围；设置的场景不适宜未成年人的，应当在显著位置予以提示，并不得允许未成年人进入。剧本娱乐经营场所应当采取措施防止未成年人沉迷。除国家法定节假日、休息日及寒暑假期外，剧本娱乐经营场所不得向未成年人提供剧本娱乐活动。

雪碧换装

8月1日起，雪碧的绿色塑料瓶包装更换为透明包装。对于更换包装的原因，可口可乐方面表示，目前雪碧的瓶子含有绿色的聚对苯二甲酸乙二醇酯(PET)，这种物质通常只被回收到一次性用品中，而使用透明瓶子可以制成新瓶子，有助于推动塑料的循环经济，减少塑料垃圾。

除了环保层面，降低成本也是可口可乐考量的另一因素。与传统绿色塑料瓶相比，透明塑料瓶对于可口可乐的成本更低，而且与可口可乐和芬达等其他碳酸饮料的包装也更加一致。

据资料显示，1961年诞生的雪碧是可口可乐旗下第二畅销的饮料，在其诞生之初，绿色玻璃瓶成为该饮料具备辨识度的标志，随后“绿色”一直沿用于雪碧的各种包装中。

此次换装，不管是环保还是节约成本，对于很多消费者来说，60年的“绿雪碧”突然不绿了，多少还是有些不适，“自己的青春没了”“一下子不清凉了”“雪碧变雪白，冰凉的灵魂没了。”

在我市，记者发现大部分的便利店销售的依然是不同规格绿色瓶身的雪碧，而查询可口可乐淘宝旗舰店时，绿色塑料瓶包装的雪碧已经消失，取而代之的是绿色易拉罐包装以及部分采用透明塑料瓶包装的无糖产品。

（晓澜）

美宝莲“挥刀斩线下”

近日，隶属于欧莱雅(LRLCY.US)集团的美妆品牌美宝莲纽约Maybelline new york被曝将陆续关闭全国线下门店，仅保留屈臣氏内的专柜。

有着105年历史的美妆品牌美宝莲，成立于1917年，曾经生产出世界上第一支睫毛膏，明星产品眼唇卸妆水销量经久不衰，至今在淘宝眼唇卸妆水销量榜上稳居第一。对于许多中国消费者，特别是70、80后消费者，美宝莲都堪称是她们化妆的启蒙，其“美来自内心，美来自美宝莲纽约”的口号曾经传遍大街小巷。

“美宝莲以前挺高端的，很多商场一层都有专柜，产品也挺好用，价格也不贵，我的第一瓶指甲油、第一支口红和第一个粉饼都是他们家的。记得小时候电视上经常有美宝莲的广告，印象是章子怡代言的。”采访中，我市一位美宝莲的忠实粉丝霍女士说，她前不久逛商场时还打算试一个粉饼的色号，但转了两圈也没有找到美宝莲的专柜，虽说在网上买也很方便，但总是不如在专柜可以尝试各种色号，更加直观和有体验感。

此次“美宝莲将关闭中国线下门店”的消息传出后，网友也纷纷留言“美宝莲眼线笔和卸妆油还挺好用的”“十几年前买他家的睫毛膏七十九”“美宝莲也是青春的一部分”。

（晓澜）

尚都购物工场蓄势再启

每座城市都有其专属的时尚符号，比如某座街区、某个景观、某个商场……尚都购物工场就是近几年以年轻、时尚、潮流为主打的新型商业体，它汇集了无数悦动的生命因子，将新商业的自然、艺术、文化、创新融为一体，为古都注入了崭新的生命力。它以外部独特的“盒子”造型以及内部的街区风格，引领着城市的律动，成为近几年城市的新地标。

尚都购物工场倡导年轻、时尚、潮流、欢聚，定位于生活中可见的小时尚，引进快时尚品牌、运动潮酷、休闲娱乐等丰富业态，将主题情景与人文体验完美结合，通过无限创意、自由及个性化的生活品牌，打造大同首家以小时尚、轻时尚为主题的潮人聚集地。

此次，尚都购物工场与时尚同步，全场焕新，旨在打造一个崭新的城市潮聚空间，其范围包含：电竞、丽人美发、VR体验馆、卡丁车、KTV、真人CS等体验业态，组合服饰、零售、餐饮等全业态，并与星茂汇、盛座空间、儿童城共同构筑凯德世家广场全业态、多体系商业综合体，为大同市民提供一个更具体验感的社交型商业综合体。

现招商进行中……

招商热线：
王先生：18636231119
王女士：13935282971

（广告信息）