

社交平台上“AB货”话题引热议 网购同款商品为何到手“两副面孔”？

◎肖婕妤 付子晴

古城正定，何以文明？

(上接1版)

“咱们正定的古城保护做得很实在，不光是修老建筑，更让文化‘活’了起来。孩子从小在古迹边长大，听梆子、看遗址，这才是最好的传承。”刚带着孙子在阳和楼参加完“彩色周末”活动的张阿姨说。

在传承中发展

以文旅融合促城市文明

2026年春节假期，携程数据显示，石家庄荣登“古城年味”热门目的地TOP10榜单，其中正定古城位列石家庄人气前五。

一拨拨游客慕名而来，正定的“火”，凭的是什么？

凭的是正定将古城保护的成果通过文旅融合转化为城市发展的动能。正定以“古城古韵·自在正定”文旅品牌为核心，精心策划覆盖全年节事的特色主题活动，通过对传统节日的场景化、体验化、IP化再造，让传统习俗焕发新的时代活力，让古城记忆可见可触、历史文化可感可知；2026年古城灯会打造了“一主两副一街区”多会场体验，免费开放，吸引大批游客观赏；“一梦入红楼”沉浸式夜游，与小商品夜市、旺泉古街等夜间消费场所相互呼应，“夜正定”全线点亮、火爆出圈……

凭的是正定用“温度”接住了“热度”。面对游客爆发式增长，正定以游客需求为导向，持续完善文旅公共服务，用精细化管理交出了高分答卷。拆除围墙，免费开放机关事业单位厕所；国有景区免费向60岁以上游客开放；逐项解决小商品夜市配套短板；古城旅游观光车免费；全县各景区、公园均设置有学雷锋志愿服务站，还设有18处免费直饮水机及景观亭……每一处细节，都体现着正定以服务“暖流”迎接“客流”的诚意。

凭的是全民共建守护文明风景。“以前很抵触规范整治，觉得影响经营。但近年来街巷焕新、游客激增，我的生意越来越好，心态慢慢就转变了。我现在自觉合规经营、落实门前三包，还设了便民点位呢。”在旺泉古街经营小吃的陈师傅说。正定积极营造全民参与古城保护的浓厚氛围，像陈师傅这样的商户越来越多，也有越来越多的市民成为志愿者，开展文明引导、交通指引等服务，让游客在感受古城魅力的同时，感受到属于正定的温暖。

从守护古城千年风貌，到从静态遗产中激活千年文脉，再到集全全县之力做好服务保障，正定蹚出了一条可复制、可推广的路径。这里的每一块砖瓦、每一次实践、每一个微笑，都在书写着一个答案：历史文化名城的文明建设，是把古城变成开放的“博物馆”，让千年文脉和文明之光在百姓的烟火日子里生生不息，更丰盈地滋养当下城乡发展。

这家博物馆藏着爆款剧的文化密码

(上接1版)

民国主题展区的华美京剧戏服，也让人忍不住停下脚步。水袖上的苏绣纹样针脚细密，头面的点翠工艺光泽温润。为了展现最真实的京剧风貌，《鬓边不是海棠红》剧组专门邀请梅兰芳弟子、著名京剧表演艺术家毕谷云先生担任戏曲顾问，全程驻组指导近半年。剧中涉及的各类戏曲段落，每一个身段、每一句唱腔都经过严格把关。

也正因此，这些戏服不再是单纯的拍摄道具，而是中国戏曲文化的生动载体。全剧涉及二十多出京剧、五六出昆曲，包含了旦角八九个流派，传统戏曲艺术通过影视镜头重新焕发活力。随着剧集在海外热播，越来越多的海外观众感受到中国京剧艺术的无穷魅力。

在博物馆中，不少展品旁还搭配有对应的文化解读相关书籍。这些在电视播出后出版的影视文化衍生读物，详细介绍展品背后的非遗技艺与历史渊源，既是影视创作的幕后记录，也是传统文化的普及读本，让观众在欣赏实物的同时，可以通过文字深入了解更多文化内涵与匠心细节。

在这里，参观者也不只是旁观者。作为“影视+非遗”融合示范基地、中小学生学习实践教育基地，博物馆的影视制作全流程科普区完整展现出一部影视作品的诞生过程；针对中小学生学习设计的研学课程，让孩子们在亲手制作绒花、体验刺绣的过程中了解传统文化；面向高校学生的职业体验课，则为影视行业吸引着新一代的后备力量。

应付质检。

故意出售“AB货”构成欺诈

从法律层面看，商家发“AB货”的行为如何定性？北京大成律师事务所律师柴溪晨认为，出售“AB货”在法律上定性为违约还是欺诈，核心区别在于商家是否故意。如果商家故意用“A”的宣传页去吸引消费者下单，然后用“B”发货，这种行为就构成了欺诈。

针对“AB货”乱象，北京桦天律师事务所律师王佳琳表示，商家不能以批次差异、品控波动等理由免责，如果商品实质上已经构成以次充好，商家必须承担法律责任。

柴溪晨建议，通过信用惩戒规制商家发“AB货”的行为。一方面，在平台之间建立跨平台的黑名单共享机制；另一方面，将商家欺诈行为和失信体系挂钩，通过让失信商家在社会经济生活中受限，遏制此类行为。

面对商家花样百出的“AB货”套路，消费者又该如何“避坑”？柴溪晨表示，消费者可首先通过平台、12315消费者热线维权，调解不成可在第三方平台寻找有相似遭遇的消费者，发起集体投诉。

“按照相关法规，被认定消费欺诈后，消费者可主张‘退一赔三’，赔偿金额不足500元的按500元赔付。即便低价小商品遭遇‘AB货’，也可争取保底赔偿。”王佳琳说。

假宣传，例如展示的是制作精良的样衣，而批量生产的衣服则使用不同的面料和做工，就出现了不同质量的货品。另一种情况是供应链环节的品控失控。一些商家并不会对货品的制作环节一一把关，在代发模式下，工厂直接将商品发给消费者，或者由第三方仓储公司负责入库、发货、退货分拣以及售后。因此，卖家甚至可能从未见过自己销售的商品。

张先生的遭遇并非个例。有消费者向记者反映，即便是同一个地址，两次下单收到的货品质量也并不相同。来自河北邯郸的张女士表示，自己在某品牌线上旗舰店购买了一款很火的夏凉被，亲肤柔软、自带凉感，便又下单了一条。没想到第二次收货后却发现面料发硬、做工粗糙。

在浙江杭州工作的李女士同样表示，前段时间，她在同一家店铺先后下单了两个不同配色的同款头盔，一个自己戴，一个给男朋友戴，收货后却发现两个头盔品质、做工差异巨大。

“除了颜色能和订单对上，其他都不一样。”李女士告诉笔者，黑色头盔采用旋钮式调节设计，内衬厚实有弹性，而白色头盔则是简易魔术贴调节，内衬单薄，按压后毫无回弹。

“为什么买的是同一款商品，收到的货却不一样？”面对李女士的质疑，客服辩称黑色头盔卖完了，是从其他厂家新进的货。

批次不同导致货不对板？

消费者为什么会买到“AB货”？从事服装行业多年的谷先生表示，消费者在同一个链接买到不同品质的产品，有的是商家刻意进行虚

假宣传，例如展示的是制作精良的样衣，而批量生产的衣服则使用不同的面料和做工，就出现了不同质量的货品。另一种情况是供应链环节的品控失控。一些商家并不会对货品的制作环节一一把关，在代发模式下，工厂直接将商品发给消费者，或者由第三方仓储公司负责入库、发货、退货分拣以及售后。因此，卖家甚至可能从未见过自己销售的商品。

笔者发现，对于消费者的质疑，商家精心设计了一套应对话术。多位消费者反映，在遭遇“AB货”维权时，商家常以“发货批次不同”等理由进行回复。

曾兼职电商客服的王女士向记者透露，商家会给客服一份话术模板，遇到消费者质疑“AB货”时，客服便称是“正常批次原因”或以“免费升级款式，使用效果更佳”搪塞消费者。至于货品质量如何，客服也无从知晓。

“正常情况下，工厂根据样衣选布料、打版、缝合，制成后进行质检，达不到标准的会重新返工，按照这个流程，不同批次的货差别微乎其微。即使是换了不同的工厂，这类差异也会限定在一定范围内。”谷先生表示，商家“批次不同导致货不对板”的说法并不成立。

针对商家根据收货地址区别发货的问题，在浙江从事电商运营工作的平平表示，这种情况可能在面料价格较高的品类出现，比如羽绒服、羊绒制品等。为规避监管，生产“AB货”的商家还可能专门生产一批质量优良的货品来

同店同款却不同质

所谓“AB货”，是商家针对同一售价、同一链接的商品，混发质量、做工或材质存在明显差异商品的做法。其中，“A货”为优质正品，“B货”则是成本低、质量有瑕疵的商品，甚至是残次品或滞销品。笔者在黑猫投诉平台以“AB货”为关键词查询，发现相关投诉超3000条。

张先生告诉笔者，自己在某电商平台购买了4盒蓝莓，到货品尝后觉得口感不错，于是想着买几盒寄到老家给爸妈尝尝。可没想到，通过同一商品链接再次下单后，发往老家的蓝



渔耕正当时

夏日时节，安徽省安庆市岳西县水产养殖基地进入生产忙碌期，渔民驾船穿梭于碧波间作业，绘就了一幅生动的渔耕画卷。图为6月7日，渔民在岳西县一养殖基地水面劳作。 吴均奇 摄

密集的演出排期、顶级的艺术品质、深入的惠民实践 2026广州艺术季燃动夏日

◎王涵琦

作为华南地区最具影响力的文化盛事，2026广州艺术季自5月8日启幕以来，进行得如火如荼。这场由中共广州市委宣传部、广州市文化广电旅游局主办，将持续至7月31日的艺术狂欢，正以密集的演出排期、顶级的艺术品质和深入的惠民实践，向外界展示着广东演艺市场的澎湃活力。

2026广州艺术季不囿于剧目展演，更是一场渗透城市肌理的文化浸润。在“无围墙的剧院”里，艺术的贴近，点燃了城市的夏日激情。

名家名团纷至沓来 顶级阵容形成“艺术磁场”

2026广州艺术季期间，海内外名家名团密集来访。其中，一场被乐迷期待已久的“弦乐盛宴”于5月22日在广州大剧院歌剧院奏响。被中国乐迷亲切称为“大熊猫”的小提琴名家洛伦茨·纳斯图里卡·赫尔舒科维奇，率领他创立的斯特拉迪瓦里名琴合奏团，带来了一场穿越世纪的听觉之旅。

当洛伦茨奏响那把曾属于“小提琴泰斗”亚沙·海菲茨、制作于1732年的斯特拉迪瓦里名琴时，琴音的穿透力与历史的厚重感交织，在场观众无不屏息凝神。

殿堂级独奏家的到来余音未了，戏剧舞台又迎来了另一场“时空实验”。6月5日至7日，改编自张爱玲同名经典小说的话剧《倾城之恋》五周年特别版登陆广州白云国际会议中心世纪大会堂。

时隔五年，这部曾创下全网话题热度破五亿佳绩的作品“倾城归来”，最大的看点无疑是主创阵容的全面升级。英国戏剧大师提姆·修普(Tim Supple)与梅利·斯蒂尔(Melly Still)两位国际大奖得主的加盟，为这部充满东方韵味作品注入了更具当代感的戏剧节奏。“舞剧女神”朱洁静首次登上话剧舞台，使用克制的肢体语言和细腻的情感表达，刻画了白流苏的隐忍与倔强。

当穿越八十余年的台词响起，文学经典与当代观众情感共振，也印证了优质剧目经久不衰的市场号召力。

6月中下旬，由中国国家话剧院出品、演出的《青蛇》《苏堤春晓》等多部国风话剧也将齐聚亮相艺术季。

粤产演艺焕新突围 本土原创激活文化“源代码”

如果说名家名团到访展现的是广州作为“演艺之都”的吸引力，那么一批批根植岭南、面向世界的“粤产”新作，则彰显了广东文艺创作从“高原”迈向“高峰”的内生动力。

今年艺术季，本土作品成为主角，好戏频频“上新”。

6月5日至6日，一场备受国际舞坛瞩目的世界首演在广州大剧院歌剧院上演。作为广东文化“引进来，走出去”战略下的重点合作项目，广东现代舞团邀请其建团舞者、国际著名华人艺术家沈伟“回家”，共同打造全新力作

《心境》。

这部新作以中国文人“胸怀天下”的理想气节为理念，融合沈伟开创新的“自然身体发展法”，并巧妙融入箫、古琴等中国传统器乐及广州本土文化元素。舞台上，来自广东现代舞团与沈伟舞蹈艺术团的中美舞者同台，用身体语言展现出“轻盈、愉悦、多彩”的心灵景观。

艺术季不仅展现广东在当代艺术探索上的先锋姿态，更有对岭南文脉的深情回望与活化利用。

5月29日、30日，拥有124年历史的广州文化地标——海珠大戏院，在遵循“修旧如旧”原则的精心修缮后，迎来了首场售票公演：经典粤剧《帝女花》。这座见证了薛觉先、马师曾、红线女、梅兰芳等大师登台的“岭南演艺活化石”，以其独特的百年穹顶和复原的复古风貌，再次向市民张开怀抱。

当“落花满天蔽月光”的经典唱段在拥有自然声场的百年戏院内响起，历史的厚重与艺术的鲜活交织，成就了一场承载城市记忆的文化仪式。

惠民活动遍地开花 城市成为“无围墙的剧院”

演艺市场的火热，不仅体现在剧场之内，更体现在艺术如何打破物理围墙，融入市民日常生活。

2026广州艺术季秉持“艺术为民”的初心，通过一系列精心策划的惠民艺术普及活

动，打破边界，艺绽全城。

作为艺术普及的重要品牌，广州大剧院“交一天时光给艺术”在艺术季开幕不到一个月，举办线上线下共17场活动，参与人数超2.7万。5月23日至28日，短短一周内，该系列活动便联动广州图书馆、星海音乐学院及体育东路小学，将高品质艺术资源精准送达不同群体。

与此同时，艺术发生的场景也在不断“破圈”。5月30日，一场别开生面的艺术快闪活动在广州艺术博物院(广州美术馆)上演，正在馆内展出的“一念敦煌”石窟艺术大展，与即将公演的广州芭蕾舞剧院原创舞剧《归义》跨界“相遇”。

六位身着敦煌风格服饰的芭蕾舞舞者现身展厅，在古老的壁画前翩然起舞。她们足尖的优雅挺拔与壁画中的文化胜景相呼应，将敦煌艺术从二维平面转化为三维的动态画卷。观众屏息凝神，近在咫尺地感受着芭蕾如何演绎敦煌，历史如何照进现实。

作为艺术季重点展演剧目，《归义》将于7月4日、5日亮相广州大剧院。这场快闪活动生动诠释在这个艺术季，剧院不再是欣赏演出的唯一场所，美术馆、图书馆、学校乃至街头巷尾，都能成为艺术发生的现场，真正实现“全民赏艺”。

从剧场到街角，从引进到原创，从观看到参与，持续近三个月的2026广州艺术季，正在用实实在在的火热态势，勾勒出广东演艺市场欣欣向荣的“热力图”。