



青岛日报社(集团)党建品牌专栏
●热线电话 0532-82863300



责编 马芳 王瑜 美编 郑燕 审读 李斌 排版 韩淑华

山间“未开放区域”成了“热门景点”——

“神马石”爆红背后有隐忧

耗时6小时，爬野路打卡神马石

大珠山自然景观和人文景观荟萃，旅游资源丰富，以“谷秀、峰奇、石怪、花繁”著称，神马石就位于大珠山石屋子沟水库东南约2公里处。元旦过后，神马石引发网络关注，到大珠山游玩的游客明显增多，其中既有经验丰富的资深登山客，也有被网络热度吸引而来的“打卡族”。他们或是按照网友整理发布的线路图与游玩攻略沿路摸索前行，或是跟随户外俱乐部组队结伴出游，每逢天气晴好之时，在大珠山山脊和山间步道之中，都能看见游人身影。

近日，记者跟随一家户外俱乐部实地探访了神马石。团队共有13人，包括1名领队和12名队员，队员通过网络小程序付费报名。早上9点，一行人在石门寺停车场集合。领队简单介绍了路程安排，并提醒不要带火种进山，随后大家就沿大珠山景区的石板路前行。行进至一处岔路口时，领队带着队伍离开石板路，走上了山间野路。路边一棵树上挂着“一级森林防火区”的标识牌。领队一边走，一边让队员戴好手套。“前面的石路比较陡，登山杖可以收起来了。石头上面有雪和冰，大家都小心点，万一受伤了，救援人员一时半会儿可上不来！”领队提醒。

记者亲身体验，这段野路确实难行。覆盖着冰雪的石头异常滑，手上抓不住，脚下踩不稳，很多队员都需要在别人的帮助下才能勉强通过。之后，团队又经过多处上坡、下坡，终于在11点抵达第一处怪石——神龟石。此刻，神龟石旁已聚集了数十名游客。领队为队员拍照打卡后，又带领大家朝着神马石方向前行。

领队自称是一名登山爱好者，经常组织驴友爬山，今年已多次带队探访神马石。“包括神马石在内的很多奇石都处于未开放区域，周边也没什么安全设施，资深的登山爱好者可以自行上山，普通游客最好跟随着户外俱乐部进山。”领队一边说，一边指向路旁树上挂着的红色、蓝色和黄色的飘带，“这些路标都是户外俱乐部绑的，顺着它们走，一会儿就到神马石了。”

当日艳阳高照，山上的游客不少。一位50多岁的游客告诉记者，他参加的团队有30多人，早上5点多从即墨坐大巴车出发来到大珠山，已经打卡了神马石，感觉很不错。

11点50分，记者所在的团队抵达神马石，这里聚集的游客更多，地面上、岩缝里散落着果皮、纸屑、塑料包装袋、饮料瓶等垃圾，而附近区域并没有垃圾桶。穿过人群，记者走到了神马石旁的一块岩石上，岩石向山谷倾斜，看上去有些危险。相比之下，神马石更受欢迎，大家依次“上马”拍照，“2026马到成功”等欢呼声不绝于耳。

一位队友告诉记者，神马石爆红之后，一些趣闻也随之在网上传播，比如原本生长在“马脖子”上形似马鬃的植物不知何时被拔光了，经网络曝光后又被恢复。

堵点痛点 记者出击

■诉求来源
12345·青诉即办
观海新闻客户端“民生在线·帮办”
党报热线82863300
■话题热度 ★★★★

“打卡神马石，解锁一整年的好运与锋芒！”“马年看神马石，马到成功！”马年将至，大珠山上一块形似骏马的天然奇石——神马石迅速出圈走红网络，众多游客不惧寒风，踏石穿径深入山林腹地，争相探访这处网红打卡地。

流量飙升的背后，隐患却不容忽视。神马石在大珠山景区管辖范围之外，且地处森林防火区，周边既无完善的安全防护设施，也缺乏基础服务保障，游客擅自进入，不仅自身面临安全风险，也对山林环境造成潜在威胁。



■游客争相打卡神马石。

在神马石附近简单吃了点食物，团队又出发打卡了多块奇石，随后踏上返程。下山道路有些陡峭，加之队员体力下降，行进速度慢了很多，在经过一处高约3米的岩石时，一位队员不小心磕到了膝盖，团队不得不就地休息。再次启程后，经过多个上坡、下坡，并穿越了树林和荆棘，于14时30分抵达山脚下一条水泥路，路边墙上写着防火标语。队员们沿着道路前行20分钟，终于走到了滨海大道。至此，这场耗时近6个小时的旅程才结束。

游客闯山，引发管理难题

近年来，随着登山、徒步活动普及，游客对野外线路的兴趣越来越浓厚，由此引发的安全风险事件也不时见诸媒体。中国探险协会发布的《2025年度中国户外探险事故报告》显示，据不完全统计，2025年全国共发生户外探险事故473起，同比增长41.2%，造成131人遇难，安全事故数量呈显著上升趋势。从细分领域来看，山地是事故发生最为集中的区域，登山(310

起)与徒步(75起)则是风险最高的项目。

2025年，大珠山也多次发生游客进入未开放区域被困的事件。青岛市人大代表、“山海情”救援联盟队长徐公安长期在西海岸新区从事救援工作，他告诉记者，很多被困游客是按照“网红路线”攻略主动进入大珠山未开放区域，由于缺乏登山经验，对危险判断不足，且不熟悉地形，很容易迷路，还有人被石缝困住，不得不求援。“神马石目前已引发广泛关注，到了旅游旺季，可能会有不少游客自行进入未开放区域，有关部门要早作谋划，避免出现安全风险事件。”徐公安认为。

据了解，神马石引来的“超量客流”已给相关部门带来了很大挑战。大珠山景区的工作人员告诉记者，最近两周，很多游客咨询去神马石的路线，让他们颇为无奈。“神马石不在景区范围内，现在又是森林防火季，我们会明确建议游客不要贸然前往，但效果并不理想。”

大珠山所在的滨海街道办事处工作人员表示，近期游客确有增多，相关社区会安排消防队员劝阻登山游客，如果游客执意登山，消防队员

会提醒游客不要携带火种。

“网络平台上关于神马石的信息大多与‘美景’‘祈福’有关，却极少提及这里属于未开放区域，并未配备任何安全设施，不了解实际情况的网友难以预判潜在风险，贸然前往风险很大。”徐公安说。

疏堵结合，用好流量效应

“随着社交媒体的广泛应用以及新兴旅游方式的涌现，近几年，一些传统景区之外的网红景点火爆，引来更多关注。这既是对管理的挑战，也是发展中的机遇。”多位受访人士表示，丙午年即将到来，有关部门应抓住神马石“出圈”的机会，多措并举，综合施策，用好神马石效应，将网络流量转化为发展留量。

青岛大学商学院旅游管理系教授、青岛得龙地理规划设计研究院院长师守祥认为，神马石距离大珠山景区较远，有关部门可以另辟蹊径，将其打造成一个独具特色的独立旅游点，让游客可以更加安全舒适地休闲观光。比如，选择一条距离、难度适中的山路打造“觅石”通道，为其配套完善的安全设施，并设置导览图和标识牌，方便游客上下山；在神马石、神龟石周边区域安排保安、保洁岗位，维持秩序，保护环境；在山脚下配套停车、餐饮、住宿、游乐等设施，满足游客的多种需求。

同处西海岸新区的铁橛山做出了有益的探索。凭借“可赏夕阳云海，媲美阿勒泰”的独特风光，2025年下半年，铁橛山在社交平台迅速走红，并被网友冠以“青岛户外徒步天花板”的称号。然而，停车难、私设路障收费、随意丢弃垃圾等问题也随之暴露。当地迅速响应，打出一套综合治理“组合拳”，并同步推广当地特色文旅资源，稳稳接住了流量。2025年国庆假期，铁橛山8天接待游客3万余人次，直接带动村民增收超50万元。

一位文旅业内人士建议，依托神马石打造专属文旅IP，并深度开发系列文创产品。“神马石造型栩栩如生，在网络上拥有超高人气和热度，相关单位可以围绕这一自然奇景，开发兼具纪念性与特色的文创产品，让自然之美转化为文旅价值。”该人士表示。

疏导之外，加强管理、最大限度防止各类安全风险事件发生，也是确保神马石“长红”的必由之路。徐公安建议，一方面要利用各类媒体、社交平台等渠道广泛宣传未开放区域的风险、违规进入的法律责任、典型救援案例及高昂的社会成本，提升公众的安全与法律意识；另一方面，要在重点时段、重点区域加大巡航密度和执法检查力度，对违规进入人员进行劝阻、警告、罚款直至依法采取强制措施。同时，可以借鉴北京等地经验，推行“有偿救援”制度，对违规进入未开放区域遇险的个人或组织，在实施紧急生命救援后，依法追偿部分或全部救援产生的直接费用，以此强化警示与惩戒作用。

城事微观

春运返乡路 莫设抢票套路

春运大幕拉开，热门线路火车票一放票即“秒光”，归乡心切的旅客被一些第三方平台盯上，各类抢票“加速包”“VIP通道”趁势而生。将团圆的车票变成了牟利的生意。近日，北京市场监管部门对虚假宣传抢票服务的平台开出50万元罚单，揭开了“加速包”的销售套路。

这些第三方平台并无特殊的技术能力，也未与官方机构达成任何合作，其核心操作是拿着用户的账号信息，在12306官网上提交本就免费的候补订单，不存在所谓的“双通道抢票”“专人线下抢票”。平台宣称的各类付费服务，不过是将官方免费功能层层包装，再以不同价格售卖，让人产生“花钱越多、抢票越快”的错觉。

看似省心的付费抢票服务，背后还隐藏着多重风险。旅客通过第三方平台登录12306账号，身份证号、手机号、支付信息等敏感数据可能被非法收集和滥用，存在极大的信息安全隐患。同时，12306平台的风控系统会识别高频刷票的异常行为，使用所谓“加速包”反而可能降低购票成功率。

抢票“加速包”受追捧，既源于第三方平台的逐利，也源于部分旅客不了解线上购票操作原理。部分第三方平台凭借虚假话术、夸大宣传诱导消费，通过层层加价赚取差价，形成了灰色利益链条；旅客如果不了解12306平台的车票候补机制，买票失败时容易“病急乱投医”，误以为付费就能获得优先购票权，这也给了不良平台钻空子的空间。这种乱象不仅侵害了消费者的财产权益，更破坏了春运购票的公平秩序。

如何让返乡之路更顺畅，让旅客不花冤枉钱？监管部门应持续将抢票服务纳入重点监管范畴，畅通投诉渠道，对虚假宣传、变相收费、捆绑消费等行为依法从严查处，不断提高违法成本。铁路部门需进一步优化12306平台功能，提升购票流畅度，通过图文、短视频等形式科普候补规则。作为消费者，应保持理性认知，优先选择官方渠道购票，主动抵制各类付费抢票行为，不给不良平台可乘之机。

一张车票，承载的是游子对团圆的期盼，绝不该成为不良平台欺骗消费者、牟取暴利的工具。当监管部门持续加码、规则愈发透明、公众更加理性，“加速包”这类销售套路终将失去赖以生存的土壤。

急难愁盼 小邱帮办

一路之隔 望“医”兴叹



■上合示范区第一社区卫生服务站待启用。

读者来信·记者追访



■西吴路85号充电站建成后没有启用。

居民盼充电站快启用

近日，市南区宁夏路118号、市北区西吴路85号的居民分别向本报热线82863300反映，他们小区的充电站建好快3个月了，却一直不能使用，居民们都翘首以盼。

居民郑先生反映，2025年初，西吴路85号实施老旧小区改造时在楼下增设了停车棚，2025年11月又在棚内安装了充电桩，但充电桩至今仍不能使用。记者在现场看到，停车棚内共有22个充电桩，充电桩上有“中国铁塔智能充电站”字样以及扫码充电二维码，设备指示灯未亮。扫描该二维码后，系统显示“插座编号有误”。

居民吴先生也反映了同样的情况：2025年11月，宁夏路118号院内增设了一处“中国铁塔智能充电站”，一直无法充电。记者在这处充电站看到，其设备指示灯虽然亮着，但扫描设备上的二维码，同样提示“插座编号有误”。

记者在上述两个小区发现，部分居民仍在“飞线充电”，存在安全隐患。记者分别联系了两个小区所在的社区居委会，工作人员均表示，已多次协调充电站管理方，要求其尽快启用设备，但对方未明确启用时间。

出于安全考虑，充电站建成后，需经多方验收并由总公司审批才能最终上线启用，任何一个环节出现问题，都会影响充电站的投用。“中国铁塔智能充电站工作人员告诉记者，他们已在积极推进充电站启用事宜，宁夏路118号充电站预计本月底启用，西吴路85号充电站预计2月启用。

记者调查

形似食品肉眼难辨，缺少醒目安全提示——

玩具“披”上食品外衣，太危险

玩具、食品“傻傻分不清”

记者来到多家商超、便利店、文具店探访。在崂山区一家文具店，一款瓶身酷似果汁的假水玩具在货架上十分醒目，瓶身印着“桃气满满汽泡水”字样，瓶内液体呈粉红色的果汁色泽，凑近还能闻到淡淡的水果香味。记者仔细查看瓶身，在水果图标下有几个字号较小的粉色字样——“不可食用”。

在李沧区某商场一家精品店的货架上，起泡胶、捏捏乐等商品的名称更是五花八门，“爆米花”“奶茶卷”“软柿子”“焦糖华夫饼”“奶油蛋糕”……这些被商家标榜可以“减压”的捏捏乐玩具被做成蛋糕、包子等食品的造型，不仅外观、色泽与真实食品高度相似，部分还添加了食品香精，即便作为成年人，若不仔细查看材质，也极易被误导。

记者在多个外卖平台上搜索“老人玩具”“假水”等关键词，发现多家本地商家正在售卖此类商品。某商家的商品列表中，起泡胶玩具被命名为“粉色矿泉水”“爆浆芝士蛋挞”“车厘子果酱”，商品图片仅展示了产品外观，未标注任何安全警示。

而在电商平台，食品化包装的玩具更为多样，且使用场景令人担忧。一款包装成袋装纯牛奶的假水玩具销量619件，商品标题未提及“不可食用”，买家在评论区分享使用体验，有人将这款假水倒入玻璃杯中拍摄照片，直言“肉眼根本分辨不出来，拿来整蛊人超好玩”；另外多款假水产品的评论区也满是家长留言，其中一条写着：“送给小朋友的礼物，孩子特别喜欢，玩了一下午。”

记者了解到，此类玩具的主要成分多为水、聚乙烯醇、色素及香精，部分低价产品还添加了硼砂。硼砂属于有毒化学物，摄入过

近日，有网友发帖反映，孩子在超市玩具区将一款包装得像食品的软泥玩具误当成饮料购买，险些误食。引起评论区对食品造型玩具的热议。记者实地探访商超、便利店并搜索外卖、电商平台发现，帖子中反映的惊险情况并非个例，大量假水、起泡胶、捏捏乐等解压玩具采用类似食品的名称与外包装设计，商品外包装上“不可食用”的提示语隐蔽难辨，极易产生误导，安全隐患突出。



￥3.56 优惠前￥4.3 已拼619件

预计后天送达 | 现在下单，预计后天达

16入纯牛奶假水胶儿童仿真牛奶发泄解压发泄塑形回弹

儿童玩具热销 退换货包运费

■在某电商平台，一款设计成纯牛奶的假水玩具销售619件。

多会引发多器官蓄积性中毒，皮肤接触也可能导致过敏。若儿童手上有伤口，接触后危害会更大。此前多地都发生过儿童误食假水、软泥玩具导致身体不适的事件。

玩具商品不能“闹着玩”

明明是玩具，为何要“披”上食品的外衣？记者采访了多年从事玩具销售的商家李先生，他表示，食品化的名称和包装更能吸引儿童的注意力，销量比普通包装的同类产品高2至3倍，“现在家长都愿意给孩子喜欢的东西买单，年轻人也爱买这类整蛊玩具，造型和名字越贴近食品，销量就越好。”李先生坦言，部分厂家为了降低成本，不仅省去了醒目的警示标识，还简化了成分标注。

“此类玩具的包装设计已构成违法，且涉嫌多重违规：一是产品信息标注不全，未清晰标明产品名称、生产厂家、成分等关键信息，也未张贴必要警示标识；二是包装过度模仿食品设计，易造成消费者误认，存在明显安全隐患；三是作为面向儿童的玩具，未在显眼位置标注‘儿童勿食’等安全注意事项，该行为同时违反了产品质量、消费者权益保护、未成年人保护等相关法律规定。”知名公益律师、陕西恒达律师事务所高级合伙人赵良善表示，目前我国尚无针对此类玩具包装设计的专门强制性国标，此外，电商平台、线下商超等销售渠道的主体责任未落实，助长了这一乱象。

“有关部门要制定专门的强制标准填补监管空白，明确这类玩具不能用食品的颜色、图案、名字，以及如何规范标注警示提示语等。”赵良善建议，加强各环节监管，生产前审批备案，对包装做安全评估，定期抽查玩具市场，发现问题严格处罚。网购平台要审核商家资质，及时下架不合格商品。

“我们小区跟卫生服务站仅一路之隔，但我和家人看病得到3.5公里外的公办营海卫生院。”向本报反映问题的居民称，卫生服务站周边建有多个大型居民区，还有小学、中学，希望尽快启用，方便居民就医。

据胶州市卫生健康局工作人员介绍，该卫生服务站是完善上合医疗服务体系建设的重要举措，建筑面积约2500平方米，规划设置数字化接种门诊、内科、外科、影像科、检验科等科室，由青岛胶州湾发展集团有限公司负责建设。目前基础装修改造已完成，属地街道办事处与建设方正在协商租赁费用，待协商一致后方能交付。该局已做好医疗服务团队和公共卫生服务团队组建、医疗设备采购及专项装修准备工作，同时积极协调推进，争取尽快启用卫生服务站，努力为上合示范区及周边群众提供更优质、便捷的医疗卫生服务。

该卫生服务站何时启用，本报将持续关注。