

热点时评 >>

任翔宇

# 又将迎来大客流 未雨绸缪抓旅游

《沈阳晚报》3月14日的消息说，“天气开始转暖，越来越多的市民开始计划出游行程，旅游市场迎来快速回暖升温。对于即将到来的清明、五一小长假，酒店、民宿已迎来咨询与预订的高潮。”

文旅市场复苏形势喜人，大同也感同身受。春节期间，大同文旅按下“快进键”，跑出“加速度”，实现了文旅市场开门红。文旅复苏，很大程度上来自于疫情三年压抑的旅游需求的集中爆发，再加上很多文旅项目出台的相关优惠政策，热门文旅项目、景区景点以及餐饮酒店等服务窗口单位“连轴转”，交通方面也做好保障。

面对清明、五一又一拨即将到来的客流高峰，需要未雨绸缪。

要高度重视客流大幅增加带来的一系列连锁反应，切实做好相关安全预案。提前做好相应的准备，及时疏导游客，可以通过互联网在线预约，实时掌握游客动态，及时引导，避免游客排长队现象。定期举办培训，提高景区讲解员业务水平，加强文化修养，提高解说水平，赢得游客好评。完善景区之间的交通设施，规划路线，减缓景区交通压力。

要提升政府管理水平，提供优质公共产品，保障优质旅游体验。在公共产品供给上积极创新管理，提出应对之策。随着旅游客流的暴增，订房、吃饭、导游、租车等方面的需求大增，城市特定区域或许会面临“供给侧”的短时性紧缺。要从制度和机

制上防范宰客事件发生，防范强制消费等旅游乱象出现，向社会和游客广泛宣传投诉渠道，完善法规和管理机制。

要整合旅游数据资源，建设大数据旅游行业实时精准管理及监管指挥平台。建设具备日常监管、信息接发、应急预案管理、应急处置、图像接入、数据采集和应急指挥功能的旅游应急指挥平台，实现“景区实时监控”“旅行团队实际运行监管”“基于地图的旅游数据矢量运算”“应急指挥通讯互联互通”等多项应用的“云端”数字化，有效提高政府对行业监管调度、应急处置、应急救援等的工作效率。

要构建企业信息共享平台。分批导入样本景区景点数据，实施游数据资源采集

存储，为旅游数据互通、共享、挖掘、分析、应用打下基础，为游客提供高效、便捷、可靠、精准、实用的整体化旅游服务，努力做到游客走到哪里，大数据旅游服务就跟到哪里，实现旅游服务全程、全域、全覆盖。

要规范旅游市场经营行为。通过良好公共管理、优美城市环境、公共服务能力、公共文明素养等方面的完善，将良好旅游体验和优美城市形象融合，促进文旅行业发展。

避免“萝卜快了不洗泥”和“被牵着鼻子走”，其归根结底就一个字，勤。勤思考，勤动作，勤拓展，勤检查，不仅能让游客乘兴而来满意而归，也能让城市经济快速发展的同时，提升管理水平。

有话直说 >>

老穆

## 让自媒体的生态“清朗”起来

中央网信办近日发布通知，按照2023年“清朗”系列专项行动计划，中央网信办开展为期两个月的“清朗·从严整治自媒体乱象”专项行动，聚焦社交、短视频、网络直播等重点平台，针对自媒体造谣传谣、假冒仿冒、违规营利等突出问题，坚决打击，从严处置，营造清朗网络空间。

所谓自媒体，是指普通民众通过网络等途径向外发布自身事实和身边新闻的传播方式。通俗点说，自媒体就是个人媒体，很多网友都是自媒体。这是网络时代的新产物，而且随着移动互联网日益普及和相关应用不断升级，几乎每个网民都可以通过个人账号生产、分享、传播网络信息，并引起网友关注，也催生出“网红”现象。

自媒体具有平民化、个性化、交互性强、传播快等特点，一方面有利于信息的全面捕捉和疾速传播，另一方面很容易出现良莠不齐、泥沙俱下等问题。特别是其中有为数不少的人想成为“网红”，为了吸粉突破底线，为博眼球不择手段，弄虚作假、移花接木、造谣传谣、故意煽情、刻意杜撰、恶意炒作……破坏了网络生态，扰乱了舆论环境，误导公众，贻害社会。

写一段文字抒发情感，拍一段视频记录生活，贴几张图片分享点滴……尽管网络时代“人人都有麦克风，人人都能当记者”，但绝不允许人人都可信口说、人人都能随意传。虽然不能拿职业记者的思想素质、专业素养等标准要求自媒体，但起码要做到良知道德不能丢、价值取向不能偏、法律红线不能踩。

网络世界缤纷多彩，需要更多自媒体人创作优质内容，传递真善美、传播正能量。公众对此充满期待，对整治自媒体乱象的呼声也越来越高。

近年来，国家多个部门持续采取措施，对自媒体乱象进行打击、整治。此次专项行动更有力度、更具针对性，既重在破解自媒体信息内容失真、运营行为失度等深层次问题，又再次明确压实网站平台主体责任，更强调了探索运用经济手段强化自媒体监管等。

中央网信办的通知明确：坚决打击自媒体发布传播谣言信息、有害信息和虚假信息；坚决取缔假冒仿冒官方机构、新闻媒体和特定人员的自媒体；全面整治自媒体违规营利行为。

紧盯不良信息的源头，铲除乱象滋生的土壤，相信通过从严处置、不懈努力，定能让互联网空间风清气正。

幽默一刀

王鹏/画 穆亮/诗

## 修不如换？



日用小家电坏了怎么办  
大都忍气吞声  
修之最合算  
结果不堪设想  
感觉不如换  
虽为小事  
却是扰人  
为此心烦  
希望市场监管  
市场得规范

躺在全自动按摩椅中，看一场家用投影仪投出的大屏电影，一旁的多功能养生壶正咕嘟冒着热气，不远处的烤箱已飘出香气……有人说，当代人的品质生活是家用电器“给”的。

然而，新华社记者调查发现，不少消费者却常常面临家用电器维修难题，维修价格不透明、维修质量难保证、行业标

准规范不完善等，让不少消费者对家电维修“望而却步”，往往导致“修不如换”现象出现。

家电坏了“修还是换”，不应再成为消费者的被动纠结，而应成为主动选择。为此，有关部门应加大监管力度，对虚假宣传、坐地起价、冒充维修人员等行为进行严厉查处和打击，保障消费者权益。

有感而发 >>

魏冬妮

## 筑牢权益屏障 填平“消费陷阱”

2022年，全市各级市场监管部门共受理消费者投诉举报咨询20504件，为消费者挽回经济损失851.77万元。（《大同晚报》3月14日）

又逢一年消费者权益日，消费维权相关话题再度引发热议。在市消协近日发布的“3·15”消费提示中，分别提到了网络教育培训、全屋定制家具、网络传销、盲盒商品、医美行业等方面存在的消费陷阱，提示当前消费领域仍存在不少问题有待解决。

该提示不禁令人联想到近期发生在我市的两则消费者维权问题，一则是在我市商场内的一家书吧，不少消费者以预付方式办理了借阅图书的读书卡，却发现该书吧自去年9月以店面装修升级为由停止营业，实则欠下房租“跑路”；另一则是市民小王半年前参加了大同中公教育事业编考试面试培训班，协议上写明“不过包退”，可在小王面试未通过后，该机构一直以各种理由延缓退费。

消费者权益受损，大多是由于商家缺乏诚信而造成的，保护消费者权益，既需要做好常态化监督与管理，还需要消费者持续提高维权意识。面对鱼龙混杂的消费市场，消费者应谨防低价诱惑，谨慎购买预付式消费卡，切勿相信商家的“口头承诺”。有关部门还应加强事前监管，强化社会监督，多措并举畅通消费维权渠道，更大范围开展消费投诉信息公开，持续强化对商家的信用约束。

一针见血 >>

李哲

## 警惕消费领域的“软伤害”

常年网购，你没有这样一种感觉：同样的商品，在不同的时间、面对不同的消费者，会有不同的价格。越来越多的网友已经识破了商家的类似套路：“不要问，问就是没活动，价格升高了就是活动价格结束了，价格降低了就是又有活动了。”那么，这种现象和解释合理吗？

3月14日，市场监管总局发布的2022年消费者投诉举报呈现十大特点报告指出，平台经济的大数据算法等技术提高了交易效率，也容易诱发新型价格欺诈行为。2022年网购价格诉求10.67万件，同比增长99.03%，其中就包括标低高结、实时变化交易条件。

其实，如果商家或平台针对消费者进行大数据画像，然后在同一时间给出不同的价格，已经涉嫌“杀熟”。近些年各地针

对这种行为，已经陆续完善法律法规。

法律法规在完善，消费陷阱和套路也在不断升级。如随意变价、会员比非会员贵、隐藏优惠门槛等。这些电商时代的新消费套路，更具有隐蔽性和多变性，对消费者的伤害看起来更“软”，且解释权往往在商家和平台，消费者即使发现自己被坑，也往往会被各种理由搪塞，疲于争辩和追索证据，最终陷入维权困境。

商家在一些特定的节日，以更低价进行促销是属正常商业行为。但前提是，要遵循合理的定价区间和规则，“办活动”不是随意定价、价格多变的理由，更不是采取“不同人不同价”的理由，价格的上下浮动要有较为明确的依据。

具体到网购，加入购物车的商品不断提示降价，用意其实很明显：催促消费者赶紧

下单，消费者看到降价会有一种“赚到了”的感觉。但当商品涨价时，却总是静悄悄的，为什么不再提醒比加入购物车时涨了多少？道理是一样的，这会给消费者一种“买就亏了”的感觉，因此大概率不会下单。

类似的小心思虽然可以理解，但如果商家存在虚构原价、降价原因、优惠折价，谎称降价或者将要提价诱骗他人购买的行为，则属于价格欺诈。

唯有真诚才能换来真诚，套路终究不得人心。当前，国家和平台关于电子商务的法规已经逐渐完善，关键在于不打折扣地执行。只有让这些被“默认”的违规行为得到限制和遏止，让违法违规的商家和平台得到重罚，才能让网购的风气好起来，让电商真正回归便利，而不是套路。

据光明网