

本期热评 >>

丁慎毅

轻微交通违法行为免罚是一张“共情牌”

近日,四川绵阳、河南新乡等地发布消息称,即将到来的中秋国庆假期外地车轻微违法不处罚。另有部分地区已形成相关制度性安排,如甘肃平凉全市推广法定节假日外地小型机动车在平凉市辖区轻微违法只纠违、不处罚措施;山西乡宁县国家法定节假日期间,对外埠来乡未影响交通安全与通行的轻微交通违法行为不予处罚,仅进行教育警告。

异地轻微交通违法行为免罚,并非各地的创新,而是已经写进相关法律、与立法精神相一致的做法——我国行政处罚法中有“首违不罚”的表述,道路交通安全法中也提到了“情节轻微给予口头警告”的做法。如今,多地明确中秋国庆假期外地车辆轻微交通违法行为只警示不处罚,不仅是对游客

作出的一种法治承诺,更显示出开门迎客的一份诚意,一种能够打消、缓解外地游客陌生感、焦虑感的体恤与共情。

对游客来说,初来乍到一个城市,极有可能因不熟悉路况、不了解车规等客观原因违反交通法规,只要没有造成严重后果,符合相关“首违不罚”“轻违不罚”的规定,当地交警部门大可选择柔性执法。让类似做法成为常态,提前亮明态度、广而告之,某种角度上也能增加外地游客的好感度,起到一定的揽客作用。

近一段时间,与游客共情成为旅游新闻的一个热词。从宁波等地机关事业单位停车场免费向公众开放,政府食堂和内部超市对游客开放,向民众发送短信提示,呼吁本地居民错峰出行,到山东为游客定制

“淄博烧烤地图”,设置烧烤公交专线,在公共厕所内提供免费的卫生巾、药品等,都是当地对游客打出的一张张“共情牌”,为的就是把“过客”经济变为“留客”经济,让游客收获宾至如归的美好体验。

即将到来的中秋国庆长假,不仅是对相关旅游城市和景点硬件设施的考验,更是对一地一城公共服务能力与水平的大考。法治是最好的旅游环境,共情是最好的人间烟火。希望各地都能在法治的基础上更好地与游客共情,以换位思考和暖心服务游客提升文旅“含金量”。

或许有人担心,“首违不罚”“轻违不罚”会不会让游客不拿交通规则当回事?机关事业单位停车场、食堂对游客开放会不会影响正常秩序?这其实对相关地方和

部门的工作提出了更为精细化的要求。事实上,一些地方已经在积极行动,充分运用现有技术手段,对节假日出游高峰期重点时段、点位的客流量做出及时准确的监测、预警,通过提前制定相关预案、实时向游客发布旅游服务指南等方式,努力打造更贴心的文旅服务。

“业态要新、品质要高、活力要足、服务要优、形象要好、底线要牢”,在今年8月召开的云南全省旅游高质量发展大会上,云南文旅对自身提出的这份要求,其实也具有普适性。地方旅游的金字招牌,靠挖掘、靠打造,更离不开开刀擦拭、精守护。

把服务渗透到一个个细节,送到游客的心坎儿上,这样的地方何愁不“门庭若市”?
据新华网

有感而发 >> 周圆

欢度假期 安全为要

中秋国庆假期临近,全国铁路预计发送旅客1.9亿人次,部分平台热门城市酒店预订量超2019年同期5倍……上亿人次的流动,加之当前经济社会发展正在快速全面恢复,企业生产经营、重大项目建设势头强劲,安全防范工作任务艰巨、责任重大。

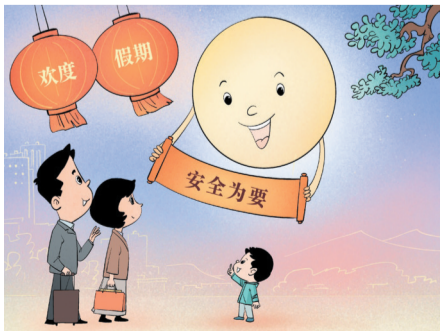
假期往往是安全事故多发、易发期。日前国务院安委办、应急管理部、文化和旅游部等部门作出安排部署,要求全力确保群众平安过节、欢乐过节。安全问题,一失万无。各方要时刻绷紧安全这根弦,坚决防范和杜绝安全事故发生。

确保假期安全,要精准把握节日特点。“双节”假期,针对消防、交通、餐饮等领域的风险点,各方要有针对性地加强风险研判,对集中连片村寨、民宿农家乐、大型综合体等场所消防隐患开展全面排查;加强人流监测和引导,做好缆车、索道、大型游乐设施等特种设备及高风险项目安全检查;对烧烤店、大排档、夜市等全面开展燃气安全排查。

确保假期安全,要紧盯重点领域重点环节。全国重大事故隐患专项排查整治2023行动开展以来,18个省份较大事故起数同比下降或持平。假日期间,要继续扎实推进专项行动,紧盯矿山、危化、工贸等重点行业领域,严防节日企业安全责任失守。当前秋汛、森林火灾等季节性风险逐步凸显,要慎终如始做好防汛救灾各项应对工作。

确保假期安全,要当好自身安全的第一责任人。游兴再浓,广大游客都应心有所戒、行有所止。要密切关注目的地及沿途气象灾害预警信息和风险提示,不前往没有正式开放、缺乏安全保障的区域游玩,谨慎参与高空、高速、潜水等高风险项目。

每逢假期谈安全,看似老生常谈,然而教训一再警示,假期安全必须做到警钟长鸣。各方真正将安全责任系于心、落于行,才能最大限度减少安全事故发生,确保有一个平安祥和的假期。
据新华社



幽默一刀

朱慧卿/画 穆亮/诗

明确抵“预”



如今流行预制菜
方便快捷受青睐
多数家长都反对
担心质量和安全
生怕孩子被吃坏
还有知情选择权
也很容易受侵害
学生饮食需谨慎
教育部门表了态
目前不宜入校园
相关机制待完备

有话直说 >>

老穆

让“天价”月饼“滚”出消费市场

中秋临近,月饼飘香。据媒体报道,有电商平台上一款售价449元的宝格丽月饼礼盒链接显示仅为半盒,并明确标注“拍2盒为1盒”。

如此手段令人咋舌,这种现象值得警惕。作为中秋节的传统时令食品,月饼寓意阖家团圆,承载了中华优秀传统文化的丰富内涵。然而长期以来,不少厂商过度包装、虚假宣传,让名不副实的“天价”月饼背离传统文化本源,比如,添加名贵馅料、追求过度奢华包装、混合销售高价商品等,助长了奢侈浪费。

近年来,在相关部门不断“挤压”的情况下,“天价”月饼仍有反弹迹象。为了规避监管整治,一些商家将“天价”月饼从线下转移到线上,而且采取精明算计的营销策略打起价格“擦边球”,不但误导消费

者,而且扰乱市场秩序。

根据国家发改委、市场监管总局等四部门联合发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管,售价100元以上的月饼所有包装的成本不得超过产品售价的15%。

在有关部门的监管规范下,线下市场的“天价”月饼大大减少,然而在网络平台,通过倒卖加价、隐藏关键词、组合溢价等方式,变相提高月饼价格的行为屡见不鲜。对此,必须加大整治力度,让“天价”月饼“滚”出市场。

月饼本质上是食品,不可偏离食品属性。大部分消费者购买月饼,为的是口味、品质,而非各种“附加值”。生产经营应把资源投在产品质量提升上,把精力

放在食品安全上,如此,才能让月饼市场更加规范有序,让绝大多数月饼价格更加贴近大众需求,让中秋佳节回归质朴的“味道”。

