

本期热评 &gt;&gt;

任翔宇

# 让优秀作品成为传播大同的“扩音器”

山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”奖评选10月30日揭晓,我市舞蹈诗剧《天下大同》、歌舞剧《北魏长歌》、歌曲《聆听此时此刻》和纪实文学《火山红 黄花黄》4部作品荣膺优秀作品奖,市委宣传部获得组织工作奖。我市获奖数量与太原并列首位。(《大同晚报》11月1日)

“五个一工程”奖是全省精神文明建设领域的最高奖。大同此次4部作品荣膺优秀作品奖,从历史题材到现实题材,从云冈文化到古城文化,以历史为笔,以激情作墨,大同原创、大同出品的佳作交出亮眼答卷。

这些优秀作品,既有讲述东西方文明碰撞、交流、融合、共进的历史进程,阐释丝路精神的丰富内涵和共建“一带一路”时代意义的《天下大同》,也有展现鲜卑族与汉民族文明融合、天下大同薪新篇章、揭秘云冈石窟背后民族交流融合历史的《北魏长歌》,还有歌唱盛世中国的《聆听此时此刻》,以及全面反映云州区黄花产业发展历程和产业模式,描写火山下、桑干河畔、黄花田地里乡民创业史的《火山红 黄花黄》,我们欣喜地看到,在深入挖掘传统文化、用足用好本土资源的同时,获奖作品也充分发挥了地域文化的魅力。以大同厚重的历史与文化为根

基,以大同火山脚下人民新时代的生动实践为素材,这四部作品不仅受到观众和读者欢迎,更成为本届“五个一工程”优秀作品中一道亮丽的大同文化风景线。

“五个一工程”的获奖作品,也是为我市文艺发展树的标杆。这次的获奖作品比较均衡,歌、舞、文学俱有,展现了大同文化艺术蓬勃发展的图景。

文艺是时代前进的号角,最能体现一个时代的风貌,最能引领一个时代的风气。大同这一批获奖作品聚焦时代主题,立足大同实践,以带着“烟火气”、充满“人情味”、彰显“时代感”的多样化表达,生动呈现了大同

在新时代新征程上的多彩气象,具有鲜明的文化特色、时代特征、大同特点。

大美大同,未来可期;百尺竿头,更进一步。如何能把名城的历史文化、发展成果、人民幸福感展示出来?需要一批又一批优秀文艺作品弘扬时代主旋律、传播正能量,成为宣传大同、展示大同、传播大同的“扩音器”,以优秀作品鼓舞人心。文艺要从高原向高峰不断迈进,文艺工作者要更加用心,创作出的文艺作品要更加好看、耐看,在提升创作功力、深入基层群众、汲取创作养分的实践中,把对本土文化的深度关注与挖掘贯穿始终。

有感而发 &gt;&gt;

老穆

## 快递业务量屡创新高 令人欣喜和振奋

今年1至9月,全市邮政行业寄递业务量累计完成10194.00万件,同比增长23.27%。其中,快递业务量(不含邮政公司包裹业务)累计完成6297.42万件,同比增长49.44%。(《大同晚报》10月30日)

前三季度全市寄递业务量超亿件,真是个令人欣喜的好消息。

据市邮政管理局介绍,今年特别是二季度以来,全市快递业务量呈现持续增长态势,广大市民的消费信心逐步恢复,消费市场活力也在稳步复苏。作为农产品出村进城、消费品下乡进村的重要渠道之一,农村寄递物流对满足村民生产生活需要、释放农村消费潜力也发挥了重要作用。

另据新华社报道,今年以来,我国邮政快递业持续快速发展,自3月起,单月快递量超百亿件,创历史新高;上半年快递业务量超600亿件,同比增速超17%。10月23日7时39分,随着一件网购羽绒服从青岛发出,国家邮政局快递大数据平台实时监测数据显示,今年我国第1000亿件快件产生,比去年达到千亿件提前了39天。邮政快递业强大的韧性与活力,彰显了经济持续向好、加速循环的强劲动力。

不断刷新的“快递成绩单”,成为消费市场回暖、经济运行持续向好的缩影。

“小包裹”推动大发展。快递业联系千家万户、贯通供需两端、连通线上线下,是畅通生产与消费的重要渠道。一件件快递包裹,满足着消费者对美好生活的追求,释放出强劲的发展动能。

我们相信并充满期待,随着一系列促消费、畅流通政策的实施,快递业务量的空间结构进一步优化,市场进一步向农村下沉,信息化、数字化、智能化水平不断提升,人们的消费信心将持续增强,在市场持续复苏、经济稳中向好的形势下,我们的生活将更有获得感幸福感。

幽默一刀

商海春/画 穆亮/诗

## “积分兑换”套路深



手机经常收短信提醒积分未使用,即将到期要失效,快登商城换商品,人们以为掉馅饼,结果被引入陷阱,商家拿些劣质货,群发信息忽悠人,所谓优惠是幌子,套取差价为本,遇到这样的诱惑,认真核实莫冲动。

“您有XX积分未使用,到期将失效,请立即登录积分商城兑换商品……”很多人都曾收到类似短信。不过,这些看起来颇有诱惑力的优惠,实际上很可能是消费陷阱。

新华社记者调查发现,此类积分兑换短信的套路往往是“广撒网”——商家向海量人群发送带有链接的短信,利用消费者不忍积分过期的心理,诱导其购买劣质品。虚假的积分信息侵害了消费者的知

情权、自主选择权,实质上是使用欺骗性或者误导性的手段诱导他人与之交易,违反了消费者权益保护法以及《明码标价和禁止价格欺诈规定》的相关规定。

专家建议,消费者遇到通过补差价、结合现金等形式购买商品或服务的积分兑换活动,要慎重消费,留心比对商品信息和实际价值;如发现受骗,应向市场监管、公安、网信等部门以及消费者保护组织举报。

一针见血 &gt;&gt;

赵志疆

## 让问题App感受到切肤之痛

10月31日,“7款App全网下架”的消息冲上热搜,引发广泛关注和热议。据报道,10月7日,北京市通信管理局通报本市部分存在侵害用户权益行为的App并要求整改。截至目前,仍有7款App未整改或整改不到位,现予以全网下架处置,分别是永升活、越剧迷、新浪米、建筑英才网、外送帮、乐乎公寓、卫和健康。

综观这些被通报的App,无一例外涉及侵犯用户权益的行为,例如过度收集个人信息、强制用户使用特定功能、频繁弹出广告等。一言以蔽之,这些App不是为了服务公众,而是存心给公众添堵。

根据全国App技术检测平台统计,截至今年5月底,国内市场上监测到活跃的App数量为261万款。仅在今年5月,安卓

应用商店上的应用累计下载量达到359亿次。时至今日,每个人的手机里都有大量App,每个App在下载安装时都会提出一定使用权限的要求。但是,有些App毫不顾及功能需要,一上来就要求下载安装者提供个人信息,并将此作为“商业资源”予取予夺。更有甚者,通过“偷梁换柱”“强制捆绑”“静默下载”等方式欺骗诱导用户下载安装。

近年来,为治理问题App、规范个人信息使用,相关部门付出了不少努力。从法律法规上看,完善了个人信息保护法,明确了个人信息“最少够用”的基本原则,为App收集使用个人信息划出了红线。从市场监管层面看,从2019年12月至2023年2月,工信部累计通报27批关于侵害用户权

益行为的App,逐一列出详细问题,严格限期整改,并对未按要求完成整改的App进行下架处理。

问题App层出不穷,一方面在于某些开发运营者习惯于剑走偏锋,另一方面在于相关法规政策要求并未覆盖研发、推广和运营全流程。巨大的收益面前,某些开发运营者不免利令智昏,抱着侥幸心理在违法违规的边缘试探。

问题App不仅损害个人权益,而且破坏网络安全,理应露头就打。监管部门“把好关”,分发平台“守好门”,“全流程、全链条”综合治理之下,对于App开发运营者也是一种有益的提醒:违规必受严惩,要想走得远,必须行得正。

据人民网

