本期热评 >> 老 穆

外卖骑手“行稳”还需多方“护驾”

1月11日下午，浑源县公安局交通管理大队为美团、饿了么公司负责人和骑手们开展了一场别开生面的交通安全宣传教育。针对外卖行业特点，围绕电动车超速、闯红灯、接打电话、逆向行驶、不戴头盔、违法停车等交通违法行为的危害性，民警进行了详细讲解，并组织企业负责人和骑手观看了《拒绝“生命配送”》交通安全教育警示片，向骑手们发放了“一盔一带”宣传材料。

2023年12月28日上午，在市区南环东路与文兴路交岔口，一群身穿红马甲的外卖骑手化身交通安全宣传员，向电动自行车骑乘者宣传道路交通安全知识，外卖骑手还在交警的引导下，观看了交通安全宣传展板，收看了交通安全教育片。

向外卖企业负责人、外卖骑手宣传道路交通安全知识，让外卖骑手现身说法，劝导电动自行车骑乘者遵守交通法规，同时增强自身守法意识，交管部门的举措挺给力，这样的活动十分必要，很有现实意义。

随着外卖平台的日益火爆，外卖骑手驾驶电动自行车或摩托车在大街小巷穿梭的身影随处可见，为公众生活提供了便捷服务，但在运转过程中也平添一些忧患，一些外卖骑手交通法规意识淡薄，在骑行过程中存在接打电话、闯红灯、超速、逆行等交通违法行为。

外卖注重一个“快”字，但不能图快而罔顾一切。欲速则不达，如果连自身平安也保证不了，又如何能“快”得起来？何况，骑手们的交通行为牵涉到交通秩序和公共安全，更由不得自己狂奔。

骑手们不守规矩地到处狂奔必须严加管束，最直接的办法就是交警在路上查纠，但能不能管得过来是个问题，况且还有一些骑手心存侥幸钻空子。

要想从根本上消除这样的交通乱象和安全隐患，务须综合施策。比如，敦促外卖企业制定运送车行业标准，从硬件设施上予以规范；比如，提高骑手的准入门槛，在思想认识、安全常识、综合素养等方面严格把关，减少交通违法的人为因素；再比如，像北京、上海等城市那样实施联动机制，推行寄送行业交通安全监督管理机制，若骑手出现交通违法等情况，除涉事者接受处罚外，所属单位也被追责，等等。

从加强宣传教育入手，配套机制保障、制度约束、严格执法，外卖骑手“行稳”需要多方“护驾”。只有多角度、全方位发力，引导、教育加监管、倒逼，才能收住“小哥”们狂奔的“莽劲”。

有感而发 >> 任翔宇

细品腊八的文化内涵

香甜的腊八粥将成为很多市民餐桌上的主角。16日，记者走访市场了解到，各大超市纷纷开辟腊八食材销售专区，无论是搭配好的八宝米，还是薏米、红豆、莲子等，但凡和腊八粥相关的五谷杂粮都卖得红红火火。（《大同晚报》1月17日）

俗话说“吃罢腊八粥，就把年来盼”，过腊八意味着拉开了过年的序幕。腊八是促进家庭和谐、增进亲情的纽带，在这一天，家人们围坐在一起熬制腊八粥，共享美食的同时，也增进了彼此之间的感情。

腊八节不仅蕴藏着人间烟火和绵绵暖意，也还有人们对春节的期盼。

腊八有着腊八的食俗，腊八粥中的各种食材相互融合，象征着家庭和睦、社会和谐；腊八蒜泡制过程需要时间，等到蒜变得翠绿如玉时，正好临近春节，因此，腊八蒜也象征着辞旧迎新。而且，蒜与“算”谐音，腊八蒜还寓意着“腊八算”，即人们在腊八节这天要清算一年的收支情况，为过年做准备，这体现了人们对美好生活的向往和追求。

富时莫忘贫时苦，勤俭持家永和美。腊八时节，在严寒中，人们巧妙地将各式的米、豆和坚果合水而煮变成人间美味，也将温暖与希望注入心田。腊八节倡导的内涵与现代人的理性节约、低碳环保等观念融合，正是提倡节俭、奉行节俭的应有之义，腊八粥中的多种食材具有丰富的营养价值，更符合现代人追求健康饮食的理念。俭以养德、俭而有福，腊八也是提醒公众不忘勤俭持家的日子。

近年来，传统文化逐渐回暖升温，腊八粥在百姓餐桌上“热”起来，也是传统文化固本正源的结果。

很多青年一代对传统文化中的节庆习俗及其背后的文化意义了解不够，往往是父母和长辈向青年一代传递传统文化的内涵不足，从食俗中潜移默化，在餐桌上传承习俗，我们每个人都是中华传统节日的“载体”，也是优秀传统文化的传承者。

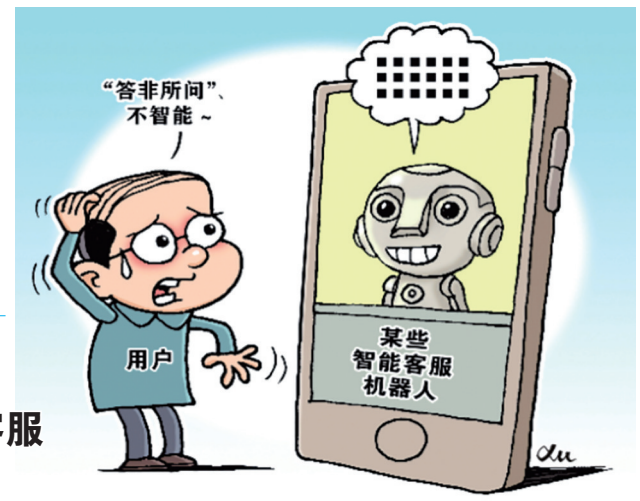
包括腊八在内的春节文化，是经长期积淀形成的优秀传统文化，内涵丰富、形式多样，是中华民族宝贵的精神财富，认真对待传统节日，就是对传统文化的尊重，弘扬这样的传统文化不仅可以增进对中国优秀传统文化的认同，也可以推动中国优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，坚定民族文化自信。

腊八不仅停留在舌尖上，还有着家庭的和睦关系、勤俭的生活态度和丰富的文化内涵，一碗热气腾腾的腊八粥，一瓣翠绿清爽的腊八蒜，很需要每个人来细细“品尝”。

幽默一刀

徐 骏/画
穆 亮/诗

“只能”客服



技术进步促转型
人工客服改智能
便捷高效降成本
用户却被统迷宫
左绕右询乱答应
转接人工老故空
接到投诉总道歉
卻决问题难沟通
硬件越来越先进
服务反倒不走心
学舌鹦鹉不明情
咋能让它听得懂

近日，“AI客服快把人逼疯了”的话题让许多人产生共鸣。不少网友表示碰到过类似情况：在线咨询，AI客服答非所问；要求转接人工客服，AI客服一直说“当前人工客服繁忙”；进行投诉，AI客服没完没了“道歉”，就是不解决问题。

消费者找客服的时候，一般都是遇到了问题想要解决。AI客服被吐槽最多的问题，恰恰是不能很好地帮助消费者真正解决问题。

很多情况下，它只会按照关键词回复，无法给出针对性解决办法；难以感知语气和情感变化，容易误解客户需求，加上在转接人工客服常常遇到障碍，导致消费体验大打折扣。本是用来化解纠纷的客服，反而形成沟通壁垒。

智能客服能随时随地响应客户需求，不受时间空间制约，在降低成本、便捷高效方面的优势显而易见，越来越多的商家乐于使用。但企业不能只考虑自己的成本和效率而不顾消费者权益和感受，应保留相应比例的人工客服，保证转接渠道通畅。

无论何时，无论什么客服，核心都应该是服务好客户。只有真正能“听”懂问题，才能帮助消费者解决问题。

有话直说 >> 魏冬妮

规范盲盒经营 避免盲目消费

当下，随着盲盒经济从线下转到线上，在“万物皆可盲盒”的消费风潮下，盲盒经济也出现了商品质量不达标、利用盲盒诱导消费等情形，鉴于此，平城区市场监督管理局发布消费警示，理性对待盲盒消费，避免盲盒消费陷阱。（《大同晚报》1月17日）

盲盒就是通过包装看不出物品的款式或种类，只能在拆开后才能知道的一种商品，其因高度不确定给消费者带来惊喜感、趣味和诱惑而受到消费者青睐。近年来，图书盲盒、榴莲盲盒、临期食品盲盒等“盲盒+”商业模式不断翻新，利用盲盒诱导消费的问题也接踵而至。曾有网友在视频中分享自己在网上购买盲盒被骗的经历，说在网上看到了品牌运动鞋盲盒，并配有“假一赔十”的字样，不成想购买后收到了10双假鞋，不仅质量差，有的还大小不一，根本无法穿。像这样利用盲盒诱导消费者冲动消费的情况，急需加强规范引导。

一段时间以来，五花八门的盲盒产品中掺杂了大量的“三无”产品、“猎奇”产品，扰乱市场经济秩序，挑战公序良俗。对喜爱购买盲盒的消费者来说，购买盲盒最大的快乐就是一次买中了隐藏款，盲盒企业也正是抓住了这种心理，刺激消费者反复购买，引得诸多消费者甚至未成年人沉迷于此。因此，对于盲盒价格不透明、临时加价等行为，消费者应当维护自身权益，保留好付款凭证等相关证据，同时要谨防孩子为了抽取“隐藏款”“稀有款”产生的赌博心态，树立正确的消费观。

让盲盒经济规范、健康发展，涉及到企业自治、行业自律、消费监管等诸多行业领域，同时还需要消费者理性对待盲盒消费，只有凝聚多方力量，才能规范盲盒经营行为，使其健康可持续发展。

一针见血 >> 胡宇齐

“摇一摇”广告式技术霸凌必须禁止

2023年四季度消费维权舆情热点日前发布，“摇一摇”跳转广告泛滥问题赫然在列。江苏省消保委一份调查数据显示，九成投票者厌恶“摇一摇”跳转广告，认为此功能侵犯了自己的权益。这一消息激起广泛共鸣，网友纷纷追问：“另外一成是广告主吗？”“恶心发明何时能禁？”

饱受诟病的“摇一摇”广告，就是打开一款App时稍有“手抖”便会跳转到另一款软件的广告界面，即便用户万分小心，但只要走路、乘车哪怕仅仅是拿放手机，页面也会自动跳转，可谓防不胜防。本质上，“摇一摇”广告侵犯了消费者的自主选择权，在观感上则打断用户的使用节奏，还白白浪费了流量。更让人郁闷的是，为避免App检测到晃动，有网友按照攻略关闭了“陀螺仪”的权限，却发现打车定位不准，只能无奈开启；还有网友一怒之下“跳转至什么App就卸载什么”，最终发现卸载一圈跳无可跳之后，居然还会出现App的下载页面。

如果说“摇一摇”分红包、加好友尚属有意义的功能开发，那么，高度灵敏约等于强制跳转的“摇一摇”广告，则只让人看见唯利是图的技术霸凌。注意力经济的时代，用户点击与广告收益息息相关，于是某些App便将用户当成了韭菜，即便面对网友的极大反感，即便在相关部门明确要求下，仍然不肯放弃这块巨大的利益蛋糕；实在过不了关，才勉强将“跳过”或“关闭页面”的按钮设置在明显位置，只等风头一过又一切照旧。如此假消费者自愿“摇”之名，行强制“广告”之实，比弹窗广告更让人反感。

投放广告作为某些App的盈利手段，并非不能存在，但强制用户观看确实该禁。隐私信息被尊重、选择权利受保护，是公众的基本诉求。一方面要完善监管，明确“摇一摇”广告的规则和责任，同时提高违法、侵权成本；另一方面需技术发力，保护处于技术弱势地位的消费者。 据新华网