

本期热评 >>

老穆

“冷资源”释放“热效应”大有可为

随着“冰雪古都·逐梦未来”2024—2025大同冰雪季系列活动启动,我市冰雪运动再度如火如荼地开展起来,冬季体育运动项目也格外火热,为推动冬季旅游持续升温、助力文旅市场“淡季不淡”注入活力。

隆冬时节,随着融合冰雪文化的各项冰雪运动次第展开,我市的“冷资源”释放出“热效应”,正成为吸引游客的“热产业”、充满活力的“热经济”。

冬季曾经是我市旅游行业的淡季,但随着交通日益便捷和公众外出旅游需求不断增强,大同四季分明的特点,成为各地游客渴望欣赏雪景、希望体验历史文化的绝佳选择。

大同冰雪资源丰富,群众冰雪运动基础扎实,是全国体育旅游十佳目的地城市。

近年来,我市把发展冰雪产业作为深

耕文旅赛道、实现“淡季不淡、四季火热”的重要内容,从冰雪场馆的建设到冰雪赛事的举办,从冰雪运动的普及到冰雪文化的传播,有力促进冰雪文化、冰雪体育、冰雪教育与旅游产业的深度融合发展,不仅推动冰雪运动领域取得优良成效,也为市民和游客提供了丰富多彩的冰雪运动体验。

与此同时,随着冰雪运动的蓬勃发展,我市也将发展冰雪运动和冰雪产业作为推动城市经济发展的新引擎,致力将“冷资源”变成“热产业”,为加快建设“国际知名旅游城市”和“国际旅游热点门户城市”增添了更加丰富的内涵。

“冰天雪地也是金山银山”。冰雪运动、冰雪产业、冰雪文化、冰雪旅游相生共荣,魅力无穷。很多游客千里迢迢来大同赏雪滑冰,带来人气和财气,直接推动冰

雪产业发展。游客玩得好,快乐、尽兴又有获得感,便会由“头回客”变为“回头客”,在其他季节,在往后的日子里,也会多来、常来。

我们要做的,除了树品牌、搞宣传、做项目,完善场地设施,策划组织活动,还要不断优化人文环境,提供优质服务,从创新文旅产品、健全服务保障、落实激励机制等方面发力,倾力打造优良环境,提高游客满意指数,让广大游客吃得放心、住得舒心、玩得开心。

发展冰雪旅游,既要满足公众不同层次的旅游需求,更要变资源优势为发展优势,开发充满活力的新兴产业,塑造良好城市形象。瞄准发力点,努力打造冰雪文旅品牌和产业体系,让“冷资源”释放“热效应”,大同大有可为。

有感而发 >>

魏冬妮

把便民利民服务做到群众心坎上

为健全医保经办服务体系,推进服务下沉,不断提高基层服务覆盖面,市医保局加快推进“十五分钟医保服务圈”建设,截至目前,我市已建成459家医保服务站,服务群众近7.3万人次。(《大同晚报》1月3日)

查询政策、办理业务……不论是把医保服务站开到“家门口”的便利,还是工作人员对群众的贴心服务,都让人感受到医保服务改革创新力度与民生温度。

医保服务直接影响群众的获得感。“办事方便吗?”“需要跑几次?”……近年来,市医保局不断推进医保服务提质增效,加快推进“十五分钟医保服务圈”建设,将医保信息查询、城乡居民参保登记等高频服务延伸到乡村、社区,打通服务群众的“最后一公里”,“办事越来越方便”成为人们的真切体验。

对高龄老人、重度残疾、留守儿童等特殊人群而言,办理业务存在诸多困难,要提升群众满意度,就要在主动服务、靠前服务方面下功夫。

市医保局不断提高基层服务覆盖面,为特殊人群提供医保业务代办,并通过居民微信群、电子屏、走村入户等途径开展工作,帮群众答疑解惑,引导参保群众“门口办、网上办、掌上办”,在服务供给上不断创新和优化。

打通群众办事的卡点堵点,因地制宜推出一些民之所急、民之所向的改革举措,不仅能“办成一件事”,更要“办好一件事”。相信,随着各部门不断提升政务服务水平,会把更多惠民生、暖民心、顺民意的工作做到群众心坎上。

诗画同评

朱慧卿/画 穆亮/诗

“码上”严监管

国家医保局1月2日发文,明确于今年1月1日起全面推进“码上”严监管,充分发挥药品追溯码数据价值,构建各类大数据模型,对串换倒卖医保药品、空刷套刷医保卡、伪造处方等违法违规使用医保基金行为开展精准打击,加大处置力度。

药品追溯码是药品的唯一“电子身份证”。2024年4月,国家医保局开展药品追溯码采集应用试点工作,并于11月初针对某药品追溯码重复报销情况,对46家定点医药机构进行了公开问询,迈出了应用追溯码开展医保基金监管的第一步。

2024年11月13日和12月6日,国家医保局举办两场加强药品追溯码医保监管应用恳谈活动,邀请百余家医药企业参加,指导开展自查自纠,并进行法律法规和政策解读。

国家医保局呼吁,各定点医药机构要加强教育培训,严格规范作业,认真自查自纠,若有违规及时向当地医保部门报告并主动退回涉及医保基金;充分落实自我管理主体责任,严格遵守“不空刷、不串换、不采购(非法渠道药品)、不销售(非法渠道药品)”的要求,共同守护好老百姓的“看病钱”“救命钱”。

文图据新华社



医保基金健康全覆盖民众解病难
一些机构钻空子挖空心思做贪占
造假使假套路多违法违规要手段
国家推广追溯码精准打击乱象
守护百姓看病钱呼吁各类关涉者
遵守要求别越线

赵志疆

一针见血 >>

羊绒衫里没羊绒? 监管要“长牙带刺”

近日,有媒体报道了鄂尔多斯市有关羊绒制品经营主体销售虚标羊绒含量服装的情况,事件引发关注。2024年12月30日晚,鄂尔多斯市东胜区市场监督管理局发布情况通报:针对涉嫌存在违法行为的相关企业已立案调查;已开展专项整治行动,对辖区内羊绒、羊毛制品经营主体开展全面排查,依法严厉查处各类虚标含量和成分、以假充真、以次充好等违法行为。

继“羽绒服里没羽绒”之后,“羊绒衫里没羊绒”再次令人跌碎了眼镜。有商户直言不讳地表示,他们直播间售卖的那件所谓的“羊绒开衫”,实际上根本没有羊绒成分,完全是“挂羊头卖狗肉”。该商户进一步透露,由于消费者没有鉴别能力,更不会将服装去送检,所以商户就虚标羊绒含量,用羊毛产品冒充羊绒产品销售。

对于普通消费者来说,“羽绒”和“飞丝”、“羊绒”和“羊毛”,很难辨别清楚。因此,不法商家也就有了巧舌如簧、上下其手的空间。假羽绒事件中,有商家表示,

各种产品质量标识都是假的,“让他做啥标就做啥标”;假羊绒衫事件中,有商家表示,水洗标上的含绒量想写多少都可以,完全取决于羊绒衫的价格定位,想卖贵些就标高些。不法商家肆意妄为,带货主播信口开河,当制假售假成为分工明确的产业链、沆瀣一气的利益链,消费者权益如何能得以保障?

记者了解到,100%山羊绒的纱线成本相对固定,每克价格接近1元,算上生产过程中的损耗、人工以及机器等其他成本,要比网络直播间中的羊绒衫售价高出不少。实际上,所有人都明白“一分价钱一分货”的道理,但这很难成为消费者的“避坑”指南:一方面,“物美价廉”的宣传语有着强大的吸引力;另一方面,如果不能严把质量关,即使消费者多掏了“一分钱”,是否真的能得到应有的“一分货”?显而易见的是,杜绝此类市场乱象,不仅需要消费者擦亮眼睛,更需要监管部门硬起手腕。

2020年11月,市场监管总局发布《关

于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,明确要求各地市场监管部门,依法查处产品质量违法、广告违法和侵犯消费者权益合法权益等8项直播带货中常见的违法行为。

综观直播间里的各类骗局,无一例外是利用夸夸其谈的“话术”诱导消费者下单。各种“挂羊头卖狗肉”的做法,既是对消费者权益的粗暴践踏,也是对平台管理的无情嘲讽——如果平台能够积极履行主体责任,构筑起强大的防火墙,不法商家和无良主播何至于如此有恃无恐?

作为国内重要的羊绒集散地,鄂尔多斯拥有丰富的羊绒资源,羊绒产业是当地响当当的金字招牌。无论是从维护地方品牌形象,还是从保障消费者权益的角度,都决不能允许不法商家以次充好。就此而言,专项整治行动是必要的,在此基础上更应建立健全常态化监督管理机制,以严格的监管、严厉的处罚,彻底铲除滋生假冒伪劣商品的土壤,擦亮地方产业的金字招牌。

据人民网

有话直说 >>

张浩然

陌生快递,当心有诈!

“双12”刚过,网上年货节又来。最近有消费者反映,突然收到装有领奖单的“空”快递包裹,按照说明一通操作,不想中了圈套。

记者调查发现,这些领奖单大多标注“电商平台回馈客户”,以送超市卡、洗衣液等为诱饵引人扫码入群,有人尝到一点甜头后下载对方指定的App,通过充值刷单或兼职来获取“返利”,反倒给骗子送去了“福利”;还有一些自称“薅到羊毛”的账号在评论区引流,诱导更多不明真相的网友掉进陷阱。

不法分子通过投放快递进行诈骗,给我们敲响了警钟。

这也提醒相关部门加大个人信息保护力度,严惩泄露和违法使用个人信息违法行为,铲除非法收集和买卖用户信息的黑色产业链,同时将这种利用快递进行诈骗的新型诈骗纳入反诈宣传,帮助广大网民提高反诈意识。

天上不会掉馅饼。遇到陌生快递,多留心,勿轻信,避免因小失大。

据新华网

