

本期热评 &gt;&gt;

老穆

## 为激活文旅潜能的“全国范本”叫好

近日,在《人民交通》杂志社与福耀科技大学联合主办的2025年人民交通大会上,山西汽运集团雁北汽车运输有限公司凭借《深耕“交通+文旅”融合 谱写“文化可抵达、旅途有温度”的晋北新篇》,入选“交旅融合发展实践”典型案例,“大同景区直通车项目”成为全国范本。(《大同晚报》12月26日)

从云冈石窟到悬空寺的顺畅接驳,从大同古城到五台山的跨域连通,从传统代步工具到“流动文旅空间”的升级蝶变……大同景区直通车项目用两年多时间交出一份亮眼答卷:开通9条精品线路,运送游客超50万人次,以“国企主导、景区联动、数字赋能”的创新模式,成功破解游客出行“最后一公里”痛点,更成为文旅融合发展的全国范本。这一实践不仅为大同文旅注入了强劲动能,更揭示了文旅高质量发展的核心密码——唯有

立足需求、打破边界、深耕本土,才能让文旅资源真正“活”起来、“火”起来。

精准定位供需痛点,是景区直通车成功的起点。作为坐拥大同古城、云冈石窟等丰富文旅资源的千年古都,曾长期受困于公共交通与旅游联动不足的难题:外地游客辗转换乘,景区间交通接驳不畅,本地文旅资源难以形成聚合效应。直面这一行业痛点,我市立足交通枢纽优势,将突破口锁定在“交通+文旅”的深度融合上。从最初的景区循环线到覆盖晋北核心景区的全域网络,既解决了“快达漫游”的基础出行需求,又满足了个性化、沉浸式的游览体验,实现了从“解决问题”到“创造价值”的升级。

创新运营服务模式,是雁运持续焕发新机器的支撑。景区直通车绝非“交通+旅游”叠加,而是全链条的模式创新与服务升级。在

运营机制上,“国企主导、景区联动”的协作模式,有效整合了雁运的交通网络优势与云冈石窟等景区的资源优势,实现了运力调配与景区客流的精准匹配。在服务形态上,招手即停、随时下车的灵活模式,微信小程序购票、“预约式+管家式”服务,让游客出行更便捷、更具品质感。

大同景区直通车的成功实践充分说明:交通不仅是文旅发展的基础保障,更能成为激活全域文旅资源的“引擎”。文旅高质量发展的关键,在于打破思维边界、重构资源链接、回归用户价值,只有以用户需求为中心,创新运营模式与服务形态,深挖文化内涵,才能让文旅产品既有“颜值”更有“内涵”。

相信以精准定位、创新模式、优质服务推动文旅融合深度发展,定会让更多游客在行走中感受文化之美、体验旅途之乐。

有话直说 &gt;&gt;

赵志疆

## 直播间卖旧衣服? 别把爱心当生意!

一些直播间卖的“大牌尾货”,竟是旧衣服!记者调查发现,一些人靠话术包装,将二手衣物伪装成高品质商品,在直播间大肆售卖牟利,连二手儿童衣物也是这样销售的。

极低的价格,繁多的款式,加上直播间的美颜灯光和主播“话术”,使那些所谓“样衣”“尾货”格外热销。然而,滤镜之外的产业链却显得格外肮脏:库房里,旧衣服堆积如山,空气中弥漫着陈旧腐朽的气味,为了实现利益最大化,某些人不做任何清洗消毒,就将这些旧衣服摆在了直播间的货架上。

为了提高旧衣物的回收量,他们竟给旧衣回收箱打上“公益捐赠”“爱心募捐”等字样。公众在献爱心,他们在赚取昧心钱,这种黑心买卖不仅是对慈善热情的戕害,也是对消费者权益的践踏、公众安全的侵蚀。

斩断这样的黑色产业链,需要各个环节协同发力。慈善法明确规定,只有登记或者认定为慈善组织且取得公开募捐资格的慈善组织,才能开展公开募捐活动。对于小区物业管理机构来说,有必要为小区内的“旧衣回收箱”验明正身,这既是履行自己的职责和义务,也能避免瓜田李下——倘若任由黑心商家借“公益捐赠”行骗,难免会令人怀疑其中存在利益瓜葛。

各大平台电商直播间里,售卖回收旧衣物的商家不在少数,其背后对应着一条庞大的产业链:有囤货仓库,有翻新工厂,有直播基地……在旧衣服流通的过程中,若相关部门加大监督检查力度,不良商家瞒天过海的难度将大幅增加。若电商平台能从严审核直播间的经营行为,公众爱心被欺骗和贱卖的危险也将大大降低。

捐赠旧衣物本是“授人玫瑰”的好事,善意不容欺骗,更不该被打包售卖。让“旧衣回收箱”还原应有的样子,铲除二手衣物的黑色产业链,才能守护公众的慈善热情,保障消费者权益。

据人民网

诗画同评

商海春/画 穆亮/诗

## 警惕“问路借手机”新骗局

近日,山东德州夏津县发生两起以问路为幌子的骗局,不法分子专挑老年人下手,借手机打电话之机偷走手机卡。目前,涉案人员已在异地悉数落网。

办案民警表示,被盗手机卡会被高价转卖,用于拨打诈骗电话或实施其他违法活动,不仅可能泄露个人信息,还可能让受害者不知不觉中成为电信诈骗“帮凶”。由于老年人对手机功能不熟,往往要等到家人联系不上时才发现异常。

警方提醒,广大群众特别是老年人,要保管好手机卡,不轻易外借手机,切勿将手机交给陌生人操作。确有需要时,请确保手机始终在自己视线范围内,并开启免提功能。一旦发现手机卡被盗或丢失,立即联系运营商挂失并及时报警。

文图据新华社



生人把路问  
又借手机用  
切莫轻易给  
千万要谨慎  
骗子要花招  
专盯老年人  
偷卡高价卖  
搞非法活动  
一旦卡被盗  
损失可不轻  
信息遭泄露  
还会成帮凶  
新近两案例  
给人敲警钟  
提醒多防范  
小心落陷阱

一针见血 &gt;&gt;

郭元鹏

## 羊毛制品打假,不能只靠消费者“火眼金睛”

一款“保暖羊毛袜,含桑蚕丝”,其羊毛含量只有2%;所谓的“纯羊毛冬季被子”,填充物是夹层状的——有的双层结构,标注上层是“100%澳洲进口羊绒毛”,下层是“超细旦有主超柔纤维(一种合成纤维)”;有的是“三明治分层”,标注上下层是“超细纤维,防钻毛设计(一种合成纤维)”,中间层才是“100%澳洲羊毛”……入冬后,羊毛羊绒制品进入销售高峰,但媒体调查发现,不少商家口中的“羊毛”水分不少。

冬季是羊毛羊绒制品的销售旺季。然而,这类产品显然存在不少问题。今年初,央视至少两次曝光了羊绒制品问题,比如有商家用普通针织服装冒充100%山羊绒制品对外销售。此次媒体又曝光羊毛制品也存在虚假问题,这既提醒消费者不要被误导,也警示商家别玩“欺瞒把戏”。

商家套路深,已经形成了“流水线”式的操作。从电商搜索关键词设陷阱,到商品详情页里把真实成分藏在角落,再到花几分钱就能定制一张假标签,每一步都吃定了消费

者和商家之间的“信息差”。国家其实有明确标准:毛针织品的羊毛含量应不低于30%,羊毛被的羊毛含量要超过50%。可很多商家用“含羊毛”“羊毛混纺”这类模糊字眼打擦边球,更有甚者,把完全不含羊绒的产品也贴上“100%山羊绒”的标签。

面对这种乱象,消费者维权实在太难。如今面料技术越来越高明,以前靠手感、烧一下闻气味这些土办法,已经很难分辨真假。送去专业机构检测?且不说找哪家、怎么送,光是检测费用就可能比商品本身还贵,耗时又耗力。因此,多数人遇到这种事,只能自认倒霉,而这种“沉默的纵容”,反过来又助长了不法商家的气焰。

这种“掺水”行为伤害的远不止消费者的钱包。它扰乱了市场秩序,透支了整个行业的信誉,等到消费者对所有“羊毛”标签都失去信任时,真正的好产品也会被拖累。

要想消除这种乱象,必须打通监管的“最后一公里”,让标准“长上牙齿”。首先,应将部分推荐性标准转化为强制性标准,并明确规

定,商品名称或显著宣传中如使用“羊毛”“羊绒”等字样,必须达到国家最低含量要求,且应在页面主图或标题附近醒目标注真实含量。电商平台应主动设置关键词过滤,未达标的商品一律禁止使用相关引流词汇。

其次,对于虚标含量、以假充真的行为,应从严处以货值全额数倍罚款,并公开曝光。建立“黑名单”制度,对屡罚不改的商家和企业,实施市场禁入或联合惩戒,提高其违法成本。

再者,电商平台不能只做“旁观者”,必须压实主体责任。应将商品成分信息审核作为上架前的必要环节,利用技术手段进行抽查和比对。同时,建立便捷的举报通道,并对查实的虚假宣传商品立即下架处理。

市场的繁荣,根基在于诚信与公平。当2%的羊毛含量蹭上“羊毛制品”的名头,冲击的是30%的标准底线,摧毁的是消费者宝贵的信任。只有监管果敢亮剑、平台切实守责、商家坚守底线,才能让“羊毛”二字回归其本来的分量,让消费者在能真正买到一份踏实的温暖。

据新华网

有感而发 &gt;&gt;

陈曦

## 电梯维保 岂可敷衍了事

据12月22日《人民日报》报道,作为特种设备,电梯维护与保养有严格的标准化流程,行业内有电梯安全“三分靠制造,七分靠保养”的说法。然而,不少读者反映,自家小区电梯维保存在以修代保、走过场、记录造假等问题,为电梯安全埋下隐患。

电梯安全关系到千家万户,我国《特种设备安全监察条例》《电梯维护保养规则》等都对电梯维保的主体、内容、周期作出明确规定。但揆诸现实,一些小小区的维保工作浮皮潦草、敷衍了事,其背后是专业维保人员不足、行业陷入低价竞争、物业监督责任落实不到位等问题。

电梯系统精密而复杂,由数万个零部件构成,一个小零件的磨损、老化,便可能“牵一发而动全身”,引发难以挽回的后果。压实电梯维保责任,正是为了及时发现、掐掉苗头,避免小隐患酿成重大事故,切实保障公共安全。

为今之计,一方面须着力破除行业内卷,出台维保价格指导标准,创新住宅专项维修资金使用机制;另一方面应督促维保单位守土尽责,借助扫码、人脸识别等技术,确保维保过程可追溯,不给造假留空间。

据中工网