

本期热评 >>

老穆

有话直说 >>

王志艳

13小时联动救援的感动与警示

清明假期,恒山景区游客络绎不绝,一名七旬北京游客游玩时不慎失联。在低温黑夜、地形复杂的多重考验下,浑源县多部门火速联动,历经13小时彻夜地毯式搜救,于4月6日清晨成功找回失联老人。(《大同晚报》4月10日)

一场连续13小时的彻夜守护,一次多部门联动的生死救援,让失联游客平安归来与家人团聚。清明假期,当地夜间最低气温降至零下5℃,地形复杂且有废弃煤场分布,在如此艰难条件下,搜救人员以“不放弃、不遗漏”的坚守,用专业与温情筑牢游客的安全防线,这份担当值得所有人之为之动容。

此次成功救援,离不开多部门高效联动与搜救人员全力以赴。从景区接到求助后迅速播报寻人启事、调阅监控锁定老人行进方向,到公安特警、消防救援、应急救援等多支力量集结,采取“徒步+无人机”的方式开展地毯式搜救,再到乡镇及相关部门同步联动、逐村排查,每个环节都彰显着“生命至上”的理念。

13个小时里,搜救人员顶低温、踏夜色、涉险地,在废弃煤场中艰难搜寻,用脚步丈量责任,用坚守守护生命,深夜里的搜寻成为动人的温暖底色。彻夜搜救,找回的不仅是一位老人的平安,更彰显了责任与担当、大爱与温情。

值得肯定的是,恒山景区并非首次用行动践行“游客至上”的服务理念。此前,景区曾成功找回走失儿童,工作人员用细致服务与高效协作,多次为游客解决急难愁盼问题,让旅途多了一份安心与温暖。

感动之余,我们更要看到事件背后的安全警示。据悉,这位七旬老人未携带手机,不记得家人电话号码,且曾有过长距离步行失联的记录,此次更是在家人登山时独自离开等候地点,最终导致失联险境。

这一事件给所有带老人出游的家庭敲响了警钟:带老年人出行切不可有丝毫疏忽。出行前,应提前评估老人身体状况,备齐常用药品与紧急联系卡,明确陪护责任,避免让老人独自停留;老人自身也应牢记家人联系方式,必要时携带定位设备,切勿

擅自离开约定区域,遇到困难及时向景区工作人员或路人求助。

此次事件也提醒景区,在节假日客流高峰时段,除了做好常规服务,还应加强对老年游客、儿童等特殊群体的关注,完善应急预案,优化监控覆盖,在景区关键节点增设警示标识与志愿服务岗,提醒游客注意安全,从源头上减少安全隐患。

旅途的美好,从来都离不开安全的守护。愿每一位出行者都能绷紧安全弦,尤其是带老年人出游时,要多一份细心与陪伴,让旅途安心;愿每一个景区都能强化安全保障,完善服务举措,用专业与温情守护每一位游客的平安;愿每一次紧急救援,都能有圆满结局,每一份坚守与善意都能被铭记。



岂能把“民生刚需”当成“唐僧肉”

查处违法案件1.4万件,罚没2.35亿元,累计退费约3亿元——这是近日国家市场监督管理总局亮出的“水电气”整治成绩单。

这是一次有力的敲打,因为数字背后,是众多家庭被多收的钱、被“跑快”的表、被强加的隐形费用。

计量不准、收费不规范,还有的企业不执行政府定价和政府指导价……这些都是长期被群众诟病的“顽疾”。此前,重庆燃气集团就因多计多收燃气费等问题,被群众质疑,因整改不力最终被处罚金810万元。

水电气公用企业,姓“公”不姓“私”。供水、供电、供气,本质上是为百姓提供基础保障的公共服务,不是企业的摇钱树。每家多收几块钱,看似不多,但乘以千万用户,就是巨额不当得利,于法不容。市场监管总局此次亮剑,态度鲜明:违规多收乱收的,必须“吐出来”。

民生领域收费,容不得“糊涂账”。每一次计量失准、收费不明,都是在透支老百姓对公用事业的信任,侵蚀政府公信力。要管住“问题表”“乱收费”,必须把监管纳入日常,把权力关进制度的笼子。让每一块表都经得起检验,每一笔收费都明明白白。

据新华网

有感而发 >>

苏墨

1元钱的“高端人设”滤镜,一碰就碎!

环球旅行,1角;顶奢晚宴,1角;豪车出行,1角……花上1元钱,晃眼的“顶配人生”朋友圈就凑齐了。

近日,有媒体报道,在购物和二手交易平台上,一批商家正公开售卖各地的风景、运动、生活等“实况图”,甚至提供“展示面拍摄”服务——通过租赁豪车、拼团游艇,为购买者量身打造所谓“富豪”或“成功人士”的人设。

打造“高端人设”居然成了一个灰色产业链?卖这些东西合法吗?买这些东西能干嘛用?面对类似内容,人们又该如何分辨是真高端还是装高端?

这些“真实感拉满”的照片,大多是盗图和搬运,倒卖他人肖像、盗用他人摄影作品、泄露他人隐私,轻则面临民事赔偿,重则可能被追究刑责。

更值得关注的是,有些人靠虚拟人设骗感情、骗投资,屏幕里的高富帅、白富美,不过是“几块钱”交易的结果而已。

这套把戏,几年前有微商玩过、有“名媛”用过,只是如今有些“供应链产能过剩”,加上AI技术日渐成熟,造假成本和购买门槛实现了“双降”,有些人开始在日常生活中应用起来,最典型的就相相亲交友、社交媒体起号。

对普通人来说,刷到再精致的生活也盲目羡慕,更别在感情和金钱面前放松警惕。一张照片反向搜一搜,撞图、重复、带水印,多半就是批发来的“道具”。

网络世界最不缺包装,最缺的是真诚。1元素材堆起来的人设,再光鲜也经不起推敲;用欺骗换来的关注与利益,一碰就碎!真正的体面,从来不在朋友圈的滤镜里,而在真实的日子。

据中工网

“零基础当健康主播,月入过万不是梦”“三天速成,AI赋能轻松变现”……近期,这类主播培训广告语成为一些机构的“吸睛利器”。

随着人们日益重视健康知识,健康科普类账号备受青睐,“健康主播”培训也日趋火爆。然而,一些速成培训暗藏陷阱。

打着“大健康”“新职业”旗号,以“零基础速成”“月入过万”为噱头,一些机构推出所谓健康主播培训。嘴上讲科普,背后兜售伪劣产品;表面是培训,实为“割韭菜”。

新华社记者调查发现,此类速成培训套路清晰:先以“轻松变现”“AI赋能”为诱饵收取高额培训费;再传授流量话术、带货套路,教唆学员照搬虚假科普内容,推销劣质保健品、三无器械;更有甚者,以承诺报酬为名,鼓动学员发展“下线”,形成传销式扩张。最终培训机构获利、学员沦为“帮凶”,公众则面临健康和财产双重损害。

整治乱象必须全链条发力。平台要守好第一道关口,严把审核关,及时清理违规内容,阻断流量乱象生长空间。市场监管、网信、卫健、公安等部门要强化协同联动,形成合力,对虚假宣传、传销式培训、无资质诊疗等行为严厉查处。专业机构要加大权威优质科普供给,让伪科普没有生存空间。 文图据新华社

诗画同评

王鹏/画 穆亮/诗

健康科普不容浑水摸鱼



网推新型职业
宣称月入过万
一些机构招摇
高价培训学员
名曰健康主播
可以轻松变现
传授引流话术
带货套路行骗
虚假科普害人
伪劣产品诈钱
亲们多加警惕
小心上了贼船

一针见血 >>

禹琳

“以详情页为准”就能免责吗?

高价餐标变泡面火腿肠、私人定制成拼团游、核销订单时被要求额外加钱……近期,不少消费者反映,在直播间购买的旅游产品存在临时补价、货不对板、退改困难等问题。面对质疑,一些商家以“直播仅供参考,以详情页为准”为由推卸责任,把格式条款作为“挡箭牌”,扰乱文旅市场正常秩序。

酒店住宿、景区门票、线路套餐等多为非实物类产品,消费者在直播间选购时无法现场体验,高度依赖主播口头承诺。一些主播为追求销量夸大优惠力度、营造抢购氛围,诱导消费者冲动下单。而对于消费者至关重要的“不退不换”“补差价”“逾期作废”等格式条款,却刻意隐藏在详情页角落,导致消费者下单前难以察觉,事后遭遇维权难题。

从法律层面看,商家在直播时隐瞒详

情页中重要信息的行为,本质上属于未履行法定的提示与说明义务。消费者权益保护法规定,经营者在经营活动中使用格式条款的,应当以显著方式提请消费者注意,并与自身有重大利害关系的内容,并按照消费者的要求予以说明。《直播电商监督管理办法》明确,直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的,应当依照广告法的有关规定履行义务。这意味着,即使直播内容未被写入详情页也受法律约束,不能用“仅供参考”轻飘飘带过。主播的每一句推荐都应诚信为基、以法律为界,做到真实、准确、全面。

治理此类消费乱象,不能单靠消费者被动防范,关键是要压实平台主体责任,引导商家诚信经营、强化监管执法力度。

平台在与直播机构签订协议时,应制

定详细的规则,严把商家资质审核关,建立旅游产品专属准入与核验机制,严禁无资质主体违规销售旅游产品。同时要通过技术手段强化内容监管,完善售后保障与先行赔付机制,进一步畅通消费者维权渠道,以清朗的消费环境留住商家与消费者。

广大商家应坚守合规经营底线,在直播中明确告知退改规则、费用构成、服务标准等关键信息,推出优质产品和服务。

监管部门需持续加大执法力度,聚焦突出问题开展常态化专项整治,公开典型案例,完善相应的信用评级体系。

别让“以详情页为准”的文字游戏,透支了消费者的信任。摒弃花哨的套路,回归扎实的品质、真诚的服务,才能让文旅直播持续健康发展,让消费者市场释放强劲活力。 据《经济日报》