

本期热评 >>

老 穆

网约“星”司机热忱服务彰显城市温情

国庆假期,大同文旅网约“星”司机穿梭在大街小巷,以贴心细致的服务帮助游客化解出行路上的各类难题,一桩桩暖心事不断上演,他们用实际行动传递大同温情,尽显新兴领域青年的担当与风采。(《大同晚报》10月8日)

这个假期,大同文旅融合发展再添暖心底色,一批网约“星”司机以专业素养、热忱服务与暖心担当,成为大同文旅最动人的流动名片,让八方游客在旅途点滴间读懂大同温度、爱上古城风韵。

出行是文旅体验的第一窗口,司机是城市形象的鲜活代言人。为护航国庆文旅热潮,我市持续深化网约车服务提质升级,通过系统化服务规范培训、景区文旅知识赋能、运力精准调配等举措,让每一位网约“星”司机都成为懂服务、懂文旅、懂大同的城市宣传员。

不同于普通出行服务,网约“星”司机早已跳出单纯载客的服务定位,化身游客身边的随身导游、热忱向导、暖心帮手,让一趟趟出行成为沉浸式感受大同魅力与城市文明的微型旅程。

行程有限,温情无限,细微服务尽显城市情怀。国庆假期,许多暖心瞬间

在出行路上悄然上演:

面对游客遗失物品,文旅网约“星”司机主动担当,全力帮助失主找回财物,守护游客财产安全;面对游客游玩途中发生的轻微磕碰受伤,文旅网约“星”司机就地处置,化解突发状况,让远道而来的游客真切感受到大同的温暖;面对初到大同、陌生路况的外地游客,司机们耐心答疑解惑,细致告知景区游玩攻略、古城特色美食、最佳打卡点位,主动规避拥堵路段,贴心规划最优出行路线;行车途中,他们用鲜活生动的语言讲述云冈石窟、悬空寺、华严寺的千年故事,解读大同古城的历史文脉,让游客在奔赴景区的路上,提前感受古都厚重文化;遇到老人、孩童等特殊游客,司机主动帮扶、放缓行程,贴心适配出行节奏;面对客流高峰与突发天气,他们坚守岗位、文明驾驶、规范收费,不拒单、不溢价、不绕路,用诚信靠谱的 service 打消游客出行顾虑。

从平安稳妥的行车体验到细致入微的贴心服务,从热情周到的答疑指引到真诚温暖的化解意外,网约“星”司机以平凡岗位的坚守与热忱,串联起游客旅

途的美好点滴。不少游客纷纷点赞,称赞大同不仅风景绝美、古韵悠长,更让人暖心治愈,当地人的热忱让人备感亲切。这些真实的好评,既是对司机优质服务的认可,更是对大同文旅服务提质、城市文明升级的最好印证。

一城风景,万般温情;小小车厢,大有乾坤。国庆文旅热潮中,网约“星”司机们以车为媒、以服务传情,将文明服务、文旅宣传、城市温情融入每一次出行,打通了文旅服务的“最后一公里”。他们用专业诠释担当、用热忱温暖旅途,让每一位远道而来的游客,既能邂逅大同的千年古韵、山水风光,更能感受这座城市的烟火温情与文明厚度,为大同文旅高质量发展注入了鲜活的民生力量,也让“天下大同”的美誉愈发深入人心。



诗画同评

赵春青/画 穆 亮/诗

警惕“全能医疗险”蒙骗



“门诊也能报,拍片子也能报,花一块钱也报,0元起赔”——据“北京日报”微信公众号报道,近段时间,一种号称涵盖重疾、门诊、意外、住院四种保障的“全能医疗险”,正在密集投放短剧广告并引流直播间。记者调查发现,相关表述只是诱导消费者冲动下单的营销话术。

从相关话术来看,什么都能保,毫无门槛,颇有一种“赔钱赚吆喝”的感觉,但仔细看条款不难发现是“说一套做一套”,即用通俗语言的宽口径夸大保障范围,吸引消费者关注和下单,再用专业术语、格式合

同进行责任排除。比如,号称“一进医院,花多少报多少”,实则对医院等级、类型、病种、报销比例等有诸多限制。

此类保险广告涉嫌夸大宣传、虚假宣传,更令人担忧的是,相关广告席卷短剧领域和直播间,扩散范围、曝光频次大,产生“坑蒙拐骗”的后果和危害保险业公信力的可能性更大。

有关方面应将监管视野和手段“网络化”,绝不能让短剧等新兴领域成为虚假广告重灾区。针对“全能”的骗术,要有全方位、多层次的惩戒和威慑手段。 文图据中工网

你想看病少花钱
请买全能医疗险
门诊拍片也能报
零元起赔真体贴
热播短剧推广
吸粉引流直播间
媒体调查揭画皮
虚假宣传在蒙骗
公家千万别轻信
莫被话术带一边
监管应当织密网
大力威慑和惩戒

一针见血 >>

赵 刚

别让“伪造支付”侵蚀信用基石

最近,假支付宝、假微信类造假工具引发广泛关注。在部分电商平台,花1.8元就能生成显示上亿金额的虚假转账截图,几块钱就能买到伪造的App安装包。这些假冒软件不仅能随意修改页面账户余额,还能制作虚假转账视频,伪造全套交易与聊天记录,仿真度极高、迷惑性极强。

一些人将这种造假工具当作博人眼球的消遣,认为无伤大雅。殊不知,这些看似戏谑的网络“炫富”操作,一旦被不法分子利用,对老百姓的钱包就是真风险。尤其是对于风险识别能力较弱的老年人、未成年人以及小微商户而言,虚假交易截图、逼真的转账动画极具欺骗性,极易成为不法分子实施诈骗的工具,直接威胁群众财产安全。

移动支付的普及,让线上交易成为民生日常和商业常态。倘若只需几块钱就能生成足以以假乱真的虚假交易凭证、伪

造支付界面,不仅会让个体线上交易陷入“信任危机”,更会滋生一系列违法乱象。从二手交易中伪造转账记录骗取货物,到商业场景中伪造收益恶意营销,再到社交平台借助造假炫富收割流量、营造虚假人设……如果任由低成本造假工具泛滥,会持续抬高社会信任成本,扰乱市场秩序。

事实上,这类造假工具从开发、运营、售卖到恶意使用,均可能触碰法律红线。此前,有人利用虚假转账记录诈骗获利,有人开发、销售此类软件非法获利2万余元锒铛入狱。刑法规定,利用信息网络设立用于实施诈骗等违法犯罪活动的网站、通讯群组,情节严重的,涉嫌构成非法利用信息网络罪;若明知他人利用该类造假工具实施诈骗仍提供,则可能构成帮助信息网络犯罪活动罪。除了刑责,行政责任、民事责任同样难逃。

令人深思的是,如此明显的违法工

具,为何能在电商平台上公开售卖,且部分店铺销量高达数千笔?相关新闻登上热搜后,部分电商平台虽快速下架相关链接,但仍有商家私下接单,打着“微商工具”“晒图神器”的幌子,使用隐晦关键词规避审核。这暴露出平台审核机制的漏洞与主体责任缺失。

治理“伪造支付”乱象,既要以刚性法治监管收紧制度篱笆,以精准技术防控补齐漏洞,压实平台法定责任、打击违法黑灰产业链条,让造假者无处遁形、付出应有代价;也要加强普法宣传,增强公众防范意识,破除错误认知,绷紧反诈这根弦,树立清晰的网络法治观念。

数字交易的真实可信度,直接关系千家万户的财产安全。唯有全社会共同努力,以法治保驾护航,进一步压实各方责任,才能把好交易安全关,守护好老百姓的“钱袋子”。 据新华网网

有话直说 >>

白雪蕾

“奔县游”爆火 折射发展活力

住民宿、逛早市、吃本地菜、走古巷,“沉浸式当一天本地人”……国庆黄金周,“奔县游”再度刷屏,成为假日经济的醒目关键词。

这股热潮并非突如其来。数据显示,今年上半年县域游已成为文旅市场重要增长极,“宝藏小城”“深度逛县”频频登上社交平台热搜。

一座县城出圈,可能始于一处风味、一道风味,而县域文旅集体走红,背后则是实实在在的发展活力。

得益于城乡融合发展战略,县域基础设施得到突飞猛进提升。如今,全国约90%县级行政中心可实现30分钟上高速,高铁网络连通多数县域,“当日达”“周末达”成为出行常态。密如蛛网的交通线把山野风光、古城古镇串联起来,让“说走就走的县城之旅”从向往变为现实。

不仅能便捷到达,还有让人流连忘返的文旅体验。近年来,各地立足县域资源禀赋不断优化文旅供给,连锁酒店、品牌餐饮持续下沉,特色文创、乡村咖啡遍地开花,智慧停车、数字化便民服务逐步覆盖。从山东曹县“汉服+妆造+跟拍”的全链条业态,到贵州遵义乌江寨把染坊纸坊变成沉浸式体验场景,县域正从过去的“消费末梢”变身“增长前沿”。

可以说,“奔县游”不仅为游客带来了令人难忘的人生体验,还以最接地气的方式,展现了经济发展的活力、城乡融合的成效,映照出百姓生活品质的提升! 据光明网

有感而发 >>

陆文军

节日消费市场 清风浸润人心

不讲排场讲健康,不重应酬重温情。今年中秋、国庆双节,消费市场兴起一股清新风气。

“天价月饼卖不动”等相关新闻登上热搜,高端豪华礼盒销量大幅下滑,消费者更关注产品本身是否“减糖”“低糖”;国庆出游褪去浮躁,越来越多人不再执着于网红打卡、景点扎堆、朋友圈出片,转而选择近郊散步、城市休闲、居家陪伴家人……这些看得见的市场变化,不是消费降温,而是大众过节观念的真实转变。

曾经,节日消费容易陷入攀比怪圈:礼盒档次代替了真情实意,包装越豪华,似乎心意就越重;国庆出游不问风景好不好,只追求照片精致,“特种兵式”赶景点、挤人潮、高价入住网红民宿成为一时现象;亲友聚餐习惯多点多备,宁可铺张浪费也怕场面冷清。种种“面子工程”让过节异化为一场社交表演。

节日的重点,从来不是向外展示、与人攀比,而应是放松身心、陪伴家人、感受生活、涵养家国情怀。越来越多人正跳出外界评价的束缚,不再被网红流量、消费噱头、表面排场裹挟。大家开始根据自己的生活节奏、家庭需求规划假期,不盲目远行、不刻意跟风、不硬撑场面。

这种消费变化,既是社会风气持续向好的结果,也在倒逼市场转型升级,推动供给侧优化。

过去被包装、营销、流量占据的利润空间,正回归到产品本身和服务体验。商家开始重新调配资源:把过去打造“天价礼盒”的投入,转向食材升级、工艺改良、健康配方研发;把过去炒作网红打卡点的预算,投向短途游线路设计、在地文化挖掘、亲子互动场景搭建;把过去设置虚高套餐档位的精力,放在小份菜、定制化餐品、家常口味的打磨上,让商品和服务的价值真正回归使用本身。

一系列变化,让消费供给更贴合普通人的生活与诉求,市场正在完成一场从“噱头驱动”到“品质为王”的良性迭代。

节日消费的“去面子化”,不是要压缩消费、降低生活品质,而是让消费回到“以人为本”的本质。当我们不再用排场定义心意,不再用打卡定义旅行,不再用价格定义快乐,假期才能真正成为滋养生活、联结情感的珍贵时光。这种愈发成熟的消费观与过节观,也终将推动全社会形成更务实、更从容、更注重真实获得感的新风尚。 据半月谈网