

发票有奖 消费升温

椰锐评

消费开票,喜提“红包”。自今年2月有奖发票试点活动在海口启动以来,市民游客收到“意外之喜”的消息在椰城大街小巷不断涌现。这一活动不仅逐渐改变了人们的日常消费习惯,还激发了群众的消费热情,为椰城消费市场注入了鲜活动力。

忘了开、懒得开……以往,部分消费者对发票的态度是“可要可不要”,个别商家“开票难、不开票”的现象也时有

发生,既损害了消费者的合法权益,还让商家有了隐匿部分收入的操作空间。如今,有奖发票活动让发票变身“幸运券”,一张可能中奖的发票能够明显提升消费者主动索票的意识,参与抽奖的方式简单易行,无论是中10元、100元乃至更多,都会给消费者带来心理上的“小确幸”和物质上的“小激励”。消费者有意愿将这笔奖金用于再次外出消费,如此一来,“消费开票—抽奖惠民—再促消费”的良性循环形成,有奖发票持续点燃着群众的消费热情。

在海南热带野生动植物园,游客买景区门票顺便开发票,中奖所得如同海口送上的“旅行小礼物”,让人切实感受到了椰城的消费暖意;在龙湖海南海口天街,有奖发票活动叠加春节、元宵节等节庆效应,让商场一季度的客流量与销售总额实现了双提升。

当前,在海口日常消费、景区游览、入住酒店、观看演出等场景中,消费者主动索要发票的行为越来越普遍。一方面,有奖发票是给广大消费者“真金白银”的福利,提升了其消费获得感与

体验感;另一方面,它带动了实体经济,在优化消费环境的同时筑牢税收基石。因此,有奖发票绝不只是一笔钱,其承载着多重功能与期望。唯有持续强化监管、打击个别违规套利等违法行为,引导消费者与商家共同构建并维护一个规范、有活力的消费市场,方不负政策善意,让好政策发挥出最大的效用。

小发票,大能量。期待这股热潮带动更多人想消费、愿消费,让椰城消费市场持续升温,为经济社会高质量发展注入持久动力。 □吴翠霞

新华时评

“以大字吸睛、以小字免责”,消费者不容糊弄

婚宴寿宴中常用的喜庆纸杯,广告里宣传“食品级”“可直接待客喝水”,买回家才发现包装小字标注“需配吸管使用”,这一现象被媒体曝光后引发关注。

标识上的大字再大,大不过事实;小字再小,藏不住责任,不能允许消费者被这类打擦边球的把戏糊弄。

日常消费中,商家这种“以大字吸睛、以小字免责”的套路屡见不鲜。直播卖货的主播喊着“全网最低价”,画面边角却藏着“限特定规格、特定人群”;保健品广告大字标榜“疗效显著”,“本品不能代替药物”等必要提示却缩成蝇头小字一闪而过……这种“大小字”游戏,成为部分商家收割流量、规避责任、误导消费的惯用伎俩。

这种行为绝不能被简单称为营销技巧,而是对消费者知情权的损害,对市场规则、法律底线的刻意试探。今年3月,市场监管总局

印发通知,剑指“误导性大小字”广告等行为,开展为期半年的清理整治。商家再玩误导消费者的套路,轻则被认定为广告内容不清楚,情节严重引发消费者误判的,将被认定为虚假广告;严重欺瞒误导消费者、扰乱市场竞争秩序的,将被依法查处。

管住“大小字”游戏,还需多方发力。各地市场监管部门要压实属地监管责任,真监督、严执法、常曝光,形成有力震慑。电商平台不能当“甩手掌柜”,应履行好审核责任,及时拦截、清理“小字免责”类误导广告。最关键的仍在商家自身,与其挖空心思玩文字游戏、骗一时流量,不如老老实实做产品、清清白白做宣传,靠品质和信誉赢得长久发展。

法律的底线不会被一行小字绕过。浑水摸鱼的“文字游戏”终将被识破,心存侥幸的商家早晚会被消费者抛弃。

□周芷若 向定杰

别让智慧城市成了中看不中用的“花架子”

智慧灯杆十盏亮四盏,大数据演示厅常年紧锁,协同应用系统因“数据饥饿”而瘫痪,便民App无法打开……记者在基层调研发现,有地方昔日轰轰烈烈上马的“智慧城市”项目,如今静悄悄“沉睡”,沦为闲置的“半拉子工程”。

从智能交通缓解拥堵,到智慧安防守护平安;从数字政务让“数据多跑路、群众少跑腿”,到社区云平台便利生活,智慧城市建设已成为不少地方推进城市治理现代化、提升城市竞争力的重要抓手,既为市民生活增添便利,也为企业发展创造利好。

让人民群众共享发展红利,这本是智慧城市建设初衷与价值所在。然而,个别地方做起来却“走样”“跑偏”:有的在建设之初缺乏科学规划,盲目跟风、贪大求全,不顾本地实际需求与财政能力,一味追求“高大上”的技术与项目;有的重建轻运营,只注重硬件铺设与软件搭建,却忽视后期维护,导致项目建成后无人问津、逐步荒废;还有的地方重宣传、轻实效,“样板工程”光鲜亮丽,实际上无法真正解决城市治理的痛点难点,甚至出现项目闲置率超80%的尴尬局面。

成了中看不中用的“花架子”、浪费资源的“无底洞”、脱离需求的“空摆设”,有的智慧城市建设代价沉重。一方面,大量资金投入打了水漂,浪费了财政资金;另一方面,这些“半拉子工程”给群众生活带来不便,影响城市形象。更值得警惕的是,这种建设模式极易跌入形式主义误区,无形之中侵蚀了群众对数字政务的信任。

智慧城市建设外衣再炫,里子都不能脱离为民、便民、惠民,关键要实用、好用、能常用。

树立和践行正确政绩观,在推进智慧城市建设时,坚持实事求是,因地制宜、量力而行,把有限的资金和资源用在刀刃上;还要强化系统思维,推动数据跨部门、跨层级融通,让应用系统真正发挥协同效能,确保项目建成后能持续稳定运行;更要问需于民、问计于民,让智慧城市建设贴合群众期盼,真正聚焦城市治理的堵点卡点,解决百姓关心的痛点难点。

坚守为民初心,注重实效,科技才能真正赋能城市发展。杜绝“政绩盆景”,唤醒“沉睡工程”,让智慧城市成为提升群众幸福感、推动城市治理现代化的有力支撑。 □蒋成 杨欣

App借贷诱导亟须戴上监管“紧箍咒”

打开外卖App点餐,弹出“分期立减几块钱”;打车付完款,页面推来“低息借款”;充个视频会员,给手机交话费,都能看到借贷页面的入口。如今,各类生活服务平台App里,借贷诱导无处不在,本应慎之又慎的金融借贷行为,变成了一不小心就可能触及的操作。

点外卖,弹出借钱;打个车,弹出借钱;刷视频,还是借钱……本来为了方便人们生活的App,竟变成了“贷款批发超市”——App里的借贷诱导,亟须戴上监管“紧箍咒”了。

生活中,向别人借钱,心里过意不去;向银行借钱,门槛并不低;可到了各类App里,借贷却变得特别容易。无论是点外卖、看视频还是修图片,动动手指就能触发借钱页面,借贷广告仿佛追着人在跑,已经到了无孔不入的地步。平台既能引流又能获利,好处占尽;可对用户来说,风险都得自己担。有人误

触并开通了借贷服务,并不知道自己欠了一笔钱,不仅影响征信,还当了“冤大头”;有人可能正缺钱,忽略条款内容随意开通了服务,殊不知其中陷阱颇多,贷款利息、违约责任等关键条款都未弄清,最后不仅可能还不上,甚至会一头雾水地越欠越多。

能够轻易借到钱,看似是平台给用户“行方便”,实则消解了借贷的严肃性和审慎性,更以诱导借贷的手段让部分用户深陷债务泥潭。针对借贷乱象,国家监管部门已出手整治,直指金融业务营销不规范、息费披露不清等问题,可我们发现仍有一些平台在打“擦边球”,把借贷包装成“优惠”,给用户“挖坑”。

套路防不胜防,岂能总靠用户加强警惕不“手滑”?监管的力度再大些、速度再快些,规范金融服务,避免App成为“暗借贷”的“中介”,广大用户才不必提心吊胆“躲着走”。 □吴翠霞

以“集聚”破题老字号新发展



商务部日前启动老字号集聚发展试点工作,鼓励有条件的地区打造商业街区、产业园区等平台,推动老字号在产品、品牌、文化、行业及出海等方面实现集聚化、融合化、国际化发展。

老字号承载着历史底蕴与城市记忆,但长期“单打独斗”面临资源有限、声量偏小、创新乏力等困境。集聚发展作为破局的手段,可通过跨界联名、共享客群、集中展示,创新消费场景,放大品牌声量,提升文化软实力。老字号集聚发展,核心在于构建品牌生态,只有传统文化真正融入现代消费脉络,老字号才能从历史记忆升级为时代符号,在年轻群体中实现文化认同的代际传递。

王发东 作

世相漫议

投稿邮箱:hkrbpl@163.com

本版言论仅代表作者个人观点

守法规知礼让 安全文明出行

