

冰雪热了,服务可不能冷

据安吉县文化和广电旅游体育局提供的数据显示,刚过去的春节假期,该县共接待游客145.6万人次,实现旅游收入21.08亿元,其中,“冰雪游”成了文旅新增长点。但随着冰雪运动持续火爆,配套服务跟不上也逐渐暴露出来。“交通不方便,上下山堵成狗”“人流量很大,一进去就会有教练盯着你买课”“教练资质参差不齐,都不知道怎么选”……在小红书中搜索“安吉滑雪”关键词,出现了不少消费者的“避雷贴”,主要集中在景区的

交通、饮食、住宿服务和基础设施、经营水平等方面。以滑雪教学为例,许多游客反映存在收费不透明、教学质量参差不齐等问题。冰雪热了,服务可不能冷。近些年,湖州在冰雪旅游方面下了大功夫,让这个江南水乡成为不少冰雪爱好者的热门打卡地。面对大量游客的到来,交通、住宿、餐饮、娱乐都需要综合配置,想得再深些、做得再细些,把“真诚”渗透在每一个情节与细节里。比如,如何提升基础设施建设,打造更加优

质的冰雪体验?雪场规模、雪道设计、配套设施等直接影响着游客的体验,要根据自身实际情况,加大投入,完善基础设施,让游客在冰天雪地里也能享受到便捷舒适的服务。比如,如何丰富产品供给,更好满足多元化消费需求?要避免千篇一律的冰雪项目,打造差异化、特色化产品,推出更多“冰”纷多彩的项目,才能让游客的冰雪之旅更加丰富多彩。再比如,如何加强安全保障,让游客玩得更安心、放心?冰雪运动对很多人来说还是新

鲜事物,这就需要雪场提供更专业的指导和服务,如专业的滑雪教练、完善的滑雪课程、清晰的安全提示等,用更多人性化服务体验,给游客宾至如归之感。文旅是可以从各个角度被“花样传播”的。在冰雪旅游热潮涌动之下,如何真正将“冷资源”转化为“热经济”,让城市出圈出彩?唯有不断接住游客的新期待,始终保持对游客的吸引力,才能让湖州的冰雪旅游更具感染力和记忆点。(寿思越)

快评

近日,国家发展改革委、国家数据局等部门发布《关于开展物流数据开放互联试点工作的通知》(以下简称《通知》)。广州、天津、重庆等16个城市开展物流数据开放互联试点工作,探索多式联运数据市场化开放互联和运营模式,开展制造业、商贸业与物流业数据融合应用等。

千行百业之中,物流业就像个“超链接”,衔接生产消费,畅通经济循环,有牵一发而动全身之效。尤其当前,我国制造业物流总额占社会物流总额的比重接近90%,物流无疑是实体经济的“筋络”。推动物流降本增效,可有效提高经济运行效率、提升产业核心竞争力,释放内需潜力、赋能经济发展。去年12月,中央经济工作会议提出实施降低全社会物流成本专项行动。此次发布的《通知》,正是有效降低全社会物流成本的重要内容之一。

为何以数据为切入点?众所周知,物流业是供应链的核心环节,涉及信息流、资金流等多种数据的交互,汇聚商贸流通、生产制造、第三方服务、消费者的海量数据。物流数据若是“养在深闺”,就会导致物流信息不对称、不透明,限制物流效率提升;反之,破除“信息孤岛”、拔除“数据烟囱”,助力物流数据开放互联,即可实现物流成本的降低。因此,深挖物流数据“富矿”,乃重中之重,而《通知》聚焦于此,可谓精准发力、重点突出。

如果再将镜头拉近一点——本次试点聚焦物流行业发展突出问题,以覆盖东中西部典型区域、兼顾超大型城市为原则,选取16个城市开展物流数据开放互联试点工作。广州作为超大城市、重要枢纽、物流重镇,物流数据供给足、体量大,此次“入选”对促进全市物流资源优化配置、加快实体经济高质量发展、推动高水平对外开放都具有重要意义。接下来,如何推动数据“开放互联”,值得思考。

机制保障是根本。数据开放互联势必跨层级、跨系统、跨区域、跨行业,多重“跨界”决定必须调动多主体,发挥强大合力。构建权责清晰的制度体系,一方面完善数据确权、交易与安全标准,平衡开放与保护;另一方面建立利益分配机制,激发企业参与动力,避免“共享即吃亏”的博弈困局。技术赋能也是关键。《通知》明确了多式联运数据开放互联,制造业、商贸业与物流业数据融合应用等四项试点工作任务,每一项都涉及广泛,不妨借助人工智能、区块链等技术创新,为数据共享搭上“智慧”的翅膀,更好帮助物流“舒筋活络”。(虞亚男,载《广州日报》)

让青年与乡村相互成就

在安吉的群山竹海间,无人机化作“空中网格员”,开展各类宣防、搜救。这是杭垓派出所与青年科技创新团队政企牵手,用科技赋能公共安全、社区治理等领域的有效示范。

双方的“一拍即合”绝非偶然。杭垓镇地处山区,天然屏障多,传统巡防模式效率低下,面对人力不足的困境,基层部门并未固守“等靠要”思维,而是精准锁定无人机巡护这个切口,主动抛出橄榄枝——不仅为青创团队协调解决建设场地、供电资源问题,还借此组建起一支“空中义警队”,这种双向奔赴的合作模式,能有效破解诸多“疑难杂症”,补齐短板,大幅提升管理效能。

从人海战术到机巢网络,笔者认为,其可贵之处,在于始终以问题为导向。比如,合作初期,仅耗时2个月就帮助青创团队在阿长山、龙出没漂流等地建设机巢5个,后续仍将借助其云端管理系统,由无人机完成全自动巡护作业,甚至在不远的将来实现镇域全覆盖。技术的真正价值,不仅在于“降本增效”“机器换人”,更在于将治理触角延伸到了原本人力难以深入的“盲区”。当更多地方学会像这样“量体裁衣”,而不是资源简单的堆砌相加、流于形式,才能实现相互成就,让价值最大化。(张钰苑)

读懂“小过免罚”的深意

卖5斤芹菜被罚6.6万元;卖了17份“拍黄瓜”,被罚5万元……曾经,“小过重罚”的新闻引发高度关注。如今,“小过重罚”来了。

近日,市场监管总局对外发布清单,对“未取得食品经营许可从事散装食品经营活动”等12种首次违法和轻微违法行为不予处罚,受到广泛好评。

“小过”看似微小,但如何处理“小”,反映的却是发展之“大”。不难发现,“小过”之中最常出现的是个体工商户和小微企业的身影。数量庞大的他们,如毛细血管般遍布于各个行业,连着民生、系着发展。一个小摊贩、一辆小推车、一家小超市,背后是一个或几个家庭的生计。对于情节较为轻微、没有主观故意、对社会危害低的违法行为,“罚”与“治”的手段都可以更加灵活。小过重罚,不仅仅是对小商小贩的松绑、对小微企业的呵护,也体现法理和情理的统一、力度与温度的平衡、治理与发展的互促。

当然,对小微企业、小摊小贩的呵护并不意味着放任不管、敷衍了事,免罚对应的是“重违”必罚、“再违”重罚,遏制与激励并举,而非“一刀切”的简单粗暴。

少一些刚性指令,多一些柔性关怀,好的营商环境能够

创造情绪价值。无论是对违规行为的纠偏,还是对企业需求的满足,都是营商环境的一部分,都是让制度、政策等供给既能保持相对稳定,又动态适配。细化“过”与“罚”的考量因素,实际上也是在细化治理,统筹考虑经济社会发展水平、行业特点、地方实际等因素,区分情况、分类治理,治理的“颗粒度”更细,经营主体有了更多腾挪闪避的空间,发展的“安全感”更足,环境更优。城市中,自发市场占路经营情况屡见不鲜,既影响交通还扰民,但群众又有购物需求。有的地方就试点设立“限时限地经营疏导点”,“找一块不碍事的地方”,设立临时摊位,让摊贩规范经营。这样微小的调整,关切了经营主体和消费者的利益、感受,带来的是获得感与活力。

对经营主体的优化、优待,应该是全方位的,也是需要不断更新的。近年来,书店里卖咖啡,菜市场里有了“共享厨房”,商场里引进萌宠……混合业态的经营新模式不断兴起,呼唤着治理与监管举措的迭代升级。多一些宽严相济的“有温度”的执法,多一些激发烟火气的治理,那些抑制、阻碍社会活力的因素被移除了,城市的吸引力、凝聚力自然会水涨船高。(闫锐,载《天津日报》)

正视 DeepSeek 带来的知识焦虑

在刚刚过去的春节假期,许多人尝试通过AI帮助自己定制年夜饭、规划出行路线。尤其是横空出世的DeepSeek,以其高效、精准、“高情商”等特质,受到广泛好评。许多人惊呼,DeepSeek竟已如此方便地改变了我们的生活。

当技术加速迭代时,也有一些人动起了利用DeepSeek带来的知识焦虑谋取利益的心思。在某些社交平台上,随手一搜便是铺天盖地的“DeepSeek入门技巧”等速成课广告。为了更好地卖课,不惜贩卖焦虑,宣称“不学就排队”。

利用DeepSeek来降低知识的获取门槛,这本是一件好事。但在发展过程中,我们也关注到:DeepSeek在不同的人手中能够发挥的价值是各异的。何以如此?笔者认为,这源自每个人不同的使用能力与思考角度。一些人以更加清晰的逻辑、更加具体的场景DeepSeek发问时,往往能得到较为精准的回应。遗憾的是,许多人从未系统学习过如何提出问题,因此限制了DeepSeek的应用。部分人正是抓住了这一点,让知识焦虑成为商家营销的新噱头。

对此,笔者想要提出2个问题。首先,购买付费课程,是为提高知识获取能力,还是只为缓解知识焦虑?社交平台上,很多人因一时焦虑手足无措,于是疯狂下单付费知识,却又陷入了“收藏即学会”的怪圈。在这个过程中,消费者的购买行为并不是为提升自我的学习能力,而是掉进了“不学就排队”的话术陷阱,只能靠下单的动作抚平焦虑。

其次,对于“如何提问”的学习,我们需要依赖照本宣科的付费课程吗?人们面对获取海量知识时,难免会一时感到困惑、无措,想要汲取他

人经验,使自己更加得心应手,这是人之常情,并不能被盖棺定论为“能力不足”。笔者认为,提问能力的本质在于提供多维的视角与精准的表达,这种能力并非掌握几个提示词就能拉开与他人的差距。因此,与其舍本逐末陷入对单一话术的盲目追逐,还不如多思考以拓展提问的维度、多追问以锤炼提问的深度。

“君子使物,不为物使。”使用新技术时,必须要保持理性和审慎的态度,人类应当驾驭AI,而非为AI所驾驭。唯有如此,我们才能在科技的洪流中乘风破浪、扬帆远航。(孙琳)

转人工为何如此难

画话

在一些投诉平台上,AI客服带来的糟糕体验引发了使用者广泛共鸣。拨打者往往需要点击多个按键选项,进入多个子页面程序,才能触及人工服务的入口。即便历经“九九八十一难”找到接入口,也可能面临“人工呼叫繁忙”的冰冷回复,陷入漫长等待,令人心力交瘁。

在引入AI客服的同时,我们仍需要为人工客服留有一席之地,让技术回归以人为本,尊重用户体验,引导智能向善。(文/孙琳 图/叶品)



课间 15 分钟有助学生身心健康

媒体报道,浙江省鼓励各地各校因地制宜、因校制宜,从2025年春季学期开始将课间活动时间由10分钟延长至15分钟。

近年来,中小学课间“静悄悄”现象非常普遍,不利于学生身心健康,饱受社会诟病,原因之一便是课间活动时间过短。短短的课间十分钟,学生除去上下楼梯、上卫生间时间之外,抽不出更多的时间走出教室跑跑跳跳、打打闹闹,最多上一下厕所就得抓紧回教室,让课间活动时间失去了应有的功能作用。

课间活动时间由延续多年的10分钟延长至15分钟,看似只增加短短5分钟,但在客观上有助于打破“课间

圈养”,让中小学生在课间有更充裕的时间走出教室,进行简单的体育活动,放松大脑,缓解疲劳,舒展筋骨,呼吸新鲜空气,有利于身心健康成长,又能保持清醒的头脑和更高的学习效率。从这个角度说,课间活动时间延长至15分钟,这一举措值得推广。

不过,也要清醒地看到,课间活动时间延长至15分钟只是迈出了打破“课间圈养”的关键一步,要完全打破“课间圈养”,彻底告别课间“静悄悄”现象,真正发挥出课间15分钟的政策功效,让更多的中小学生在课间能走出教室放松休息、有益社交及适量体育活动,还需要配套更多措施,让学生课间玩得开心、家长放心。

首先,用精细化法律法规厘清学生校园意外事故的责任边界,改革学校安全工作考核机制,完善学生校园意外保险,打消学校和老师的后顾之忧,让学生享受热热闹闹的课间活动时间。同时,引导家长和社会各界理性看待校园意外事故,充分认识到孩子在学校磕磕碰碰在所难免,学生在校园里发生意外事故的责任划分要具体问题具体分析,不能完全归咎于学校和老师,更不能以扰乱校园教育教学秩序的方式维权。实际上,很多中小学校所以实行“课间圈养”,归根结底,校园安全焦虑始终是悬挂在学校管理者头顶上的一把“达摩克利斯之剑”,学校领导和老师担心学生在课间玩耍发生意外事故给自己招来麻烦。

其次,强化管理,规范课堂教育教学秩序,严禁老师拖堂或提前上课,避免学生课间活动时长遭到人为缩短。

再者,学校应为学生课间活动创造条件。一方面,学校科学合理规划安排校园活动空间,课间开放更多的体育场地,增加体育器材和设施,引导学生安全有序地开展活动;另一方面,完善校园安全保护机制,加强校园安全教育和管,完善应急预案,为学生课间活动保驾护航。

(张立美,载《浙江日报》)

手机彩铃成招聘广告,运营商突破行为边界

无论初衷如何,运营商作为企业,都不能单方面更改契约,侵犯消费者权益。

据报道,近日,在江西抚州有市民反映,手机铃声被中国移动擅自开通电话彩铃,内容为某车企的招聘广告。2月11日,中国移动通信集团江西有限公司抚州分公司介绍,受市政府要求,仅针对已开通彩铃业务的客户更改彩铃内容为招工信息,并非强制开通。工作人员还表示,“这也帮助抚州地方经济发展”。

手机彩铃成了招聘广告,相信搁谁都不会乐意。而运营商的回复无非想说明两点:一是没有强制开通彩铃,只是针对已开通彩铃业务的客户更改了彩铃内容;二是此举助力地方经济发展。而这两点,显然都是站不住脚的,也掩盖不了运营商对契约精神的违背。

需明确的是,彩铃业务,其内容无论是音乐歌曲、故事情节还是人物对话,都是让主叫客户在拨打该用户手机等待接通时,感受到一段不一样的听觉体验。相对于以往“嘟……嘟……”的回铃音,不同的彩铃内容可以展现用户的个性与品位,也为通讯过程增添了乐趣。

也就是说,用户开通彩铃业务,本身就包含着对内容的某种要求——这既是一个包含着娱乐元素的业务项目,或许也是一些用户打造自身形象的“小助手”。

尽管,现在一些手机运营商会提供免费的基础彩铃库供用户选择,但无论收费还是免费,彩铃都是用户开通的业务,都是与用户手机号绑定,以用户名义传达给每一位来电者某种信息的通话设置。如此,其内容就不能任由运营商更改。

彩铃变招聘广告,明显与彩铃的功能定位不符。中国移动抚州分公司的做法,等于在全市范围内无视消费者的选择和意愿,擅自更改了彩铃的功用。这不是当初用户开通彩铃的初衷,也有违公众对彩铃业务的常识认知,这种做法置基本的契约精神于不顾,更涉嫌侵犯消费者的选择权和知情权。

值得注意的是,中国移动抚州分公司这种于法无据、于理不通的做法,还打上了“帮助抚州地方经济发展”的旗号。

据悉,此次涉事车企招聘,计划招收3万名员工,规模较大。利用手机彩铃业务打招聘广告,覆盖面较广,能尽快把招工信息扩散出去,这无论对招工企业,还是对应聘者,算是好事。而且,也确实能助力企业早日开工生产。

但是,无论初衷如何善意,运

营商作为企业,都得守好行为边界,尤其不能利用自身技术优势,以侵犯消费者权益为代价,帮助所谓地方经济发展。

值得警惕的是,这背后暴露出的,一家企业为了所谓崇高目标,可以不顾及消费者利益,逾越基本的行为边界,这种企业文化和行为取向,有违市场精神,更是对消费者信任的消耗。

此事中,运营商称此举是“受市政府要求”,且不论市政府是否有这个权力,运营商自身则应摆正作为市场主体的位置。企业若想助力地方经济,可以有更多办法。

无论如何,除非取得用户允许,否则就无权对用户开通的彩铃业务动手脚。这种奇葩霸道的做法,透露着对消费者权益的不尊重乃至忽视,站在了市场的反面,不是一家企业的明智做法。(载自《新京报》)