

新闻会客厅

高铁调价

□本期主持人:温文清

主持人:近日,铁路12306官网发布调价公告,决定自2024年6月15日起,对京广高铁武广段、沪昆高铁沪杭段、沪昆高铁杭长段、杭深铁路杭甬段上运行的时速300公里及以上动车组列车公布票价进行优化调整,建立灵活定价机制,实行有升有降、差异化的折扣浮动策略。有网友表示,热门线路票价上涨是市场行为,有利于提升服务质量和运营效率;也有网友质疑,高铁是公共交通工具,应更多考虑公众利益和出行成本。对此,您怎么看?  
本期嘉宾:戴先任、刘天放、何勇

有涨有降更合理

□戴先任(职员)

此次高铁提价并非全面上调“一刀切”,而是实行有升有降的浮动票价策略,各站间执行票价将以公布票价为上限、5.5折为下限实行多档次、灵活折扣的浮动票价体系,为旅客出行提供了更多的选择。例如,武汉站至广州南站的二等座最低票价为304元,较现票价低约34%;上海虹桥站至杭州东站的二等座最低票价为48元,较现票价低约34%……所以,这并非简单“一刀切”的涨价,而是有涨有降的调价。  
笔者认为,根据客流情况,区分季节、时段、席别等,实行优质优价,有升有降的浮动票价策略更为合理,能够更好地满足旅客“多元化”的出行需求,比如对价格敏感及时间较为充裕的旅客,就可以避开高峰时段,出行成本反而更低。这也有利于缓解高铁客流高峰,鼓励错峰出行。  
在一些地区,高铁与其他交通工具(如飞机、长途汽车)形成竞争关系,灵活的票价体系有助于高铁在市场中保持竞争力,同时也激励其他交通方式提升服务以吸引更多旅客。

服务质量莫打折

□刘天放(教师)

高铁“浮动票价”实施已有数年时间。2020年年底,京沪高铁率先对时速300至350公里的高铁动车组列车实施浮动票价,根据客流情况,区分季节、时段、席别等,实行优质优价,有升有降。2023年5月30日起,多个高铁动车票价也有优化调整,国铁集团相关负责人表示,“是正常市场行为”。  
的确,高铁票价优化调整,让铁路部门借助经济杠杆科学合理地调配铁路运能,使运输资源优势得到充分发挥,更好地服务经济社会发展和群众出行,满足多样化需求。铁路部门以旅客需求为导向,依据市场供求关系和客流规律,对部分高铁动车组列车票价进行优化调整,有利于铁路改善经营状况,更好地服务于旅客。  
然而,高铁票价调整是否会影响服务质量?这是个民众关心的问题,国铁集团相关负责人回应称,对于后续服务质量是否进一步提升,表示“敬请期待”。我国高铁发展迅速,目前运营里程已经超过4.37万公里,覆盖全国大部分省份,乘坐的人众多。因此,必须注重高铁票价调整后的服务质量,以不影响人们乘高铁出行后的美好体验。  
高铁票价调整可以有,但服务质量不能打折。铁路部门应通过灵活实施高铁票价市场化机制,促进客流增长,同时全面提升客运服务质量。高铁某些线路的票价优化调整,是深化运输供给侧结构性改革、完善优化客运产品供给体系的一个临时举措;但确保服务质量必须“全天候”,让旅客乘高铁出行更惬意更满意。

调价机制应透明

□何勇(职员)

高铁涨价有其合理性,这是市场规律的必然反应。随着高铁网络的扩张和技术的迭代升级,高铁的巨大投资成本与运营费用,要求高铁运营方必须有合理的盈利模式以确保可持续发展。而目前,高铁票价定价标准相对较低,国内高铁线路大多处于实质性的亏损状态。  
铁路运输作为公共交通运输的重要一环,具备一定的公益属性,涨价需要均衡市场与公益,不能顾此失彼,为了赚钱盈利丧失公共性、公益性。特别在乘坐高铁出行逐渐成为大众出行重要方式的背景下,高铁涨价需要考虑到对不同社会群体的影响。此次部分线路涨幅一次性达到20%,是不是有点高?高铁涨价如果产生价格杠杆作用,一部分旅客分流到普快列车,铁路部门有没有做好增加普快列车车次的配套?否则,涨价就等于间接导致公众支付更多的钱。  
为此,高铁价格调整应有公开透明的沟通机制,有必要建立消费者的听证会机制,在公布涨价方案时,详细解释涨价原因、预期效果及配套措施,广泛收集并及时回应社会关切。涨价要涨得合情合理,理由清清楚楚,才能让大众心服口服。

从数据里读懂信心与期待

□郑运钟

产业全部实现正增长,其中,高技术产业投资增长29.8%,高新技术产品出口增长52.0%;进出口总额创历史新高,外贸增幅居全省首位;民企信心加速回升,全市规模以上民营企业增加值同比增长10.6%,民间投资增长7.9%……陆续公布的数据不仅令人振奋,还具有“风向标”作用,良好开局为全年发展打下坚实基础,让人们为实现今年的发展目标充满信心。

更让人欣喜的是,从数据中,我们还看到了高质量发展的成效,传统产业持续升级,新兴产业不断壮大,高新技术产业的投资与出口增幅远高于平均水平。这是全市上下坚定不移地推进改革开放与加快创新步伐的成果。就在一季度经济数据公布的同时,市委市政府顺势召开优化营商环境大会,发布《泉州市创新发展“晋江经验”聚力打造“泉州泉意”品牌进一步优化营商环境行动方案(2024-2025年)》,锚定“全省最优、全国一流”目标,持续推动全市营商环境整体优化提升,以营商环境的最优带动投资兴业的最好,必将让泉州经济高质量发展动力更强、底气更足。

从数据中,我们还应当读懂百姓的期待。在看到一季度经济发展成绩的同时,也要清醒认识到,当前外部环境复杂严峻、不确定性上升,经济稳定向好基础仍需进一步巩固。特别值得关注的是,根据国家统计局

泉州调查队最新数据,今年第一季度,泉州市区居民消费价格总体低位平稳运行,同比下降1.0%,累计同比指数为近三年最低值。CPI的低位运行,说明我市物价稳定,同时,这也显示出消费动力仍显不足。近年来,我市出台一系列扩大消费的政策措施,激发消费潜力、提振消费信心,取得了一定的成效,今年第一季度全市社会消费品零售总额1624.39亿元,同比增长7.5%。新形势下,扩内需被“委以重任”,不管是发展的需要,还是为了提升人民群众的生活品质,都有待进一步释放消费活力。  
消费最终还是要靠收入作支撑,人民群众的收入也正配在回升,一季度我市居民人均可支配收入15017元,比增5.6%。但在整体经济增速放缓的大背景下,人民群众的收入增长难免受到拖累。因此,加强经济回升向好的基础,创造良好的消费环境,从而增强居民消费的能力和信心,这无疑是我们当前工作的重中之重。  
以良好开局激发信心力量。从一季度的经济数据里,读懂经济发展的信心和底气,读懂百姓期盼与民生大计,就能看清大势,坚定信心,精准发力,迎难而上,推动泉州经济持续回升,推动高质量发展行稳致远。



郑运钟



中国晚报优秀专栏

近期,我市陆续公布首季度经济发展的成绩单。数据显示,一季度全市经济运行良好,生产需求持续改善,财政金融稳健运行,市场物价总体稳定,企业信心加速回升。根据地区生产总值统一核算结果,一季度全市完成地区生产总值2610.20亿元,同比增长7.2%;分产业看,第一、二、三产业增加值分别增长4.5%、8.3%和6.3%。

走过一季度,泉州经济表现如何?数据最具有说服力。虽然数据并不能代表一切,看起来十分抽象,可能对有些人而言也显得乏味,但它往往代表着一种发展趋势,而且,数据里还藏着民生大计。正因如此,经济数据的公布不仅牵动市场的神经,也备受普通百姓的关注。读懂经济数据所蕴含的丰富信息,将帮助我们把握发展大势,读懂市场的预期与百姓的期盼。

从一季度的数据中,我们首先读出了信心和底气。已经公布的经济数据释放出良好开局的积极信号,如:工业产能加速恢复,全市规模以上工业增加值同比增长9.5%,九大千亿级

对拒收现金行为坚决说“不”

□付彪

随着我国电子支付的发展,现金收付环境发生重大变化,拒收人民币现金现象时有发生。5月6日,中国人民银行对多起拒收人民币现金典型案例予以公示。(5月7日新华社)

目前,我国移动支付普及率达到86%,广泛覆盖网购、线下商铺等场景。不过还有部分群体,仍习惯于现金支付。中国人民银行抽样调查显示,老年人中经常使用现金的人数占比超过75%。批发零售等行业的小微商户、进城务工人员等使用现金也比较多。  
人民币是我国法定货币,是最基础的支付手段。中国人民银行明确规定,以人民币支付中华人民共和国境内的一切公共的和私人的债务,任何单位和个人不得拒收。但现实中,少数商家、机构基于成本控制、便于管理等原因,只接受电子支付,不愿意收取现金,甚至以张贴公告、格式合同等方式明确拒收现金。

拒收现金的行为,损害人民币的法定货币地位,侵犯部分习惯于现金支付群体的合法权益。中国人民银行此次公示多起拒收人民币现金典型案例,再次释放出强烈的信号,对任何拒收现金的行为坚决说“不”、从严查处。

这些典型案例,经营主体及具体场景各不相同,拒收现金的理由五花八门,但都不能为其违法行为开脱。只有强化对各类拒收现金主体的整治,加大对拒收现金违法行为的惩戒,才能让某些商家、机构增强法治观念,尊重公众的支付选择权。

严禁制售“特供酒”净化风气

□张西流

据市场监管总局消息,为维护党政机关和军队形象,维护良好市场秩序和消费者合法权益,督促各类生产经营主体依法依规开展生产经营活动,引导消费者理性消费,依据相关法律法规及相关通知公告精神,市场监管总局组织制定了《市场监管总局关于严禁制售“特供酒”的公告(征求意见稿)》(以下简称《公告》),现面向社会公开征求意见。(5月7日央视网)

早在2013年3月,国务院机关事务管理局联合财政、审计、工商等五部门发出通知,严禁任何党政机关以及事业单位使用或授权冠以“特供”“专供”等标识的物品。多部委的严厉打击之下,“特供”商品一度消失殆尽。

不过,调查发现,目前市面上仍有一些带有“特供”“专供”等标识的高档酒在销售,似有卷土重来之势。特别是,一些“特供”高档酒,又在酒宴上流行。基于此,市场监管总局发出公告,于严禁制售“特供酒”。

当酒被贴上“特供”的标签时,高端“特供酒”便成为一些人追逐和彰显权力的“兴奋剂”,充当起铺张浪费的“润滑剂”。高档酒没有错,错的是某些酒企媚权附贵,专门生产和提供高端“特供酒”,错的是某些人对权力的畸形崇拜,对铺张浪费产生依赖。

严禁制售“特供酒”,不仅是对市场秩序的一次有力整顿,也是对社会风气的深刻净化。此举斩断了借“特供”之名行不正之风的链条,遏制了公共资源的滥用与权力的异化,也是在倡导一种正气、公正的社会氛围。

简化版药品说明书受到好评

□唐传艳

说起看药品说明书,很多人的印象就是字体小而且密集,看起来很不方便。为了解决这个问题,国家药监局加速推进药品说明书适老化及无障碍改革试点工作,附有简化版说明书的部分药品近期已投放市场。有顾客表示,这个字体改了以后,我们一看就能够清清楚楚了解这个药品所有的信息,它的用量,减少了用药中间存在的风险。(5月7日央视网)

去年底,为满足老年人、残疾人用药需求,解决药品说明书“看不清”等问题,国家药监局公布了第一批药品说明书适老化及无障碍改革试点名单。截至目前,已有270种药品进行了备案,预计今年6月底前第一批试点药品将逐步投放市场。目前这批简化版药品说明书投放市场,是这项改革的一个序章而已,接下来将会有大量适老化药品说明书被陆续投放市场。

药品说明书字小如蚁屡遭诟病,一粒米能盖住4个字,由“微雕印刷术”制作等现象,让民众尤其是老年人很反感。这次推出的最新简化版说明书的字数减少了近50%,字体从小五号变成小三号,保留了成分、性状、功能主治等重要信息,民众针对药品说明书的主要呼声得到了回应,是其投入市场后就迅速赢得社会好评的重要原因。

不过,药品最小包装的空间有限,各种不同版本的说明书如何摆放进去,这是一个问题。可考虑在最小包装中装入通俗版说明书,在较大包装中装入专业版说明书,从而让不同群体均能够快速便捷地各取所需。在这些方面,仍需要做好谋划和变革。

药品说明书适老化改造刚刚开始,后续的改造仍任重道远。在坚定信心的同时,仍需大胆创新和持续改进,尽快为药品说明书开创一个普适性模式,彻底化解这个困扰公众已久的难题。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为: qzwbpl@163.com



电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范 (GB 43854-2024) 2024年11月1日正式实施

电动自行车用锂离子蓄电池安全至关重要,直接影响骑行者生命安全与公共安全。由工业和信息化部组织起草的《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》(GB 43854-2024)强制性国家标准已由市场监管总局(国家标准委)近日发布,将于2024年11月1日正式实施。(新华社/文 朱慧卿/图)

提升游客满意度 就应该“小题大做”

□曾于里



近日,有网友发视频称在浙江杭州河坊街一家店购买了三只叫花鸡,其中一只当场打开并食用,另外两只带回家打开发现只有土,没有鸡。此事引发社会关注。5月6日下午,记者从上城区市场监督管理局获悉:涉事商户已停业整顿,店铺经营者赔偿消费者1000元。

一些网友对此事持有保留意见,他们提出疑问,认为这似乎是一件小事,商家可能只是忙中出错,简单退款即可解决,何必“小题大做”?考虑到每只叫花鸡的售价仅为35元,在金额上看确实不算什么大数目。  
这种看法忽略了问题的本质。随着今年五一假期的落幕,多地区的文化和旅游管理部门公布的数据亮点纷呈,游客访问量及旅游收益不仅超越上一年度,有的还突破2019年的同期水平,甚至创下新的历史纪录。这样的繁荣景象,既得益于公众日益高涨的旅游意愿,但同样不可忽视的是,各地在塑造城市品牌形象、激发文化旅游消费活力、提升游客的旅游体验和满意度等方面所做的大量努力。  
“叫花鸡里没有鸡”这样一件小事

引起监管部门的高度关注,其逻辑便不言而喻。旅游市场的繁荣景象,是一个由多维度因素共同构建的复杂生态系统。诚然,自然风光的旖旎、历史遗迹的厚重、文化活动的丰富多彩,这些“硬实力”是吸引游客的首要磁石,为地区带来初始的关注与流量;然而,维持并扩大这一繁荣景象,离不开对游客旅游满意度的提升。那些看似微不足道的日常互动与服务细节,实则扮演举足轻重的角色——每一处旅游目的地或景区的名声与信誉,正是通过无数次日常交互、无数个细节累积起来的。

相较于互联网上的短暂热点或流量话题,游客更加珍视自己在旅行过程中的切身感受与实际体验。心理学中的“峰终定律”告诉我们,人们往往根据体验中最强烈(“峰”)和最终(“终”)的感受来评价一段经历的整体质量。即使旅程中的大部分时间是愉快的,一次不良的消费体验,哪怕是一道菜品的问题,都可能在游客心中种下不满意的种子,成为游客记忆中的“峰值”,从而大大降低他们对整个旅游地的观感和未来的推荐意愿。  
因此,当地监管部门对“叫花鸡里没有鸡”的“小题大做”、严肃处理,实际上是在守护和巩固来之不易的旅游市场成果,表明维护游客利益、保障旅游服务质量的决心。在文旅行业蓬勃发展的今天,

确保每一个细节都不掉链子,对于任何存在的不足都“小题大做”,才是赢得游客心、保持市场繁荣的关键所在。

“小题大做”,意味着提升游客满意度是一项全方位、全天候的任务。从信息咨询的准确无误,到餐饮住宿的舒适卫生,再到特色商品的货真价实,每一环都应做到精益求精,不容许任何瑕疵。

“小题大做”,也体现在对问题的快速响应和有效解决上,确保一旦发现问题就能立即采取行动,让解决方案充分有效,让问题得以圆满解决,使游客感受到被重视和尊重,进而转化为对旅游目的地的正面评价和未来潜在的回访意愿。

“小题大做”,还要求旅游从业者具备前瞻性和预防性思维。从游客的每一次差评中汲取经验教训,既要“亡羊补牢”,更要“未雨绸缪”,为旅游市场的持续繁荣打下坚实的基石。

旅游业的长远发展离不开对细节的极致关注。“小题大做”,要求我们从游客的角度出发,不断追求卓越,力求每一个细节上都做到最好,这是对旅游品质的坚守,对游客体验的尊重,也是对旅游业繁荣发展的深远布局。



曾于里