



## 利用职权谋利 男子被刑拘

本报讯(融媒体记者杜婉琼 通讯员周春华)鲤城男子杨某利用职务之便,将公司在电商平台的资金6万多元据为己有,随后又冒充公司法人,涉嫌诈骗7万多元。天网恢恢,近日,杨某被鲤城公安分局抓获。

杨某今年31岁,2022年到鲤城一家汽车销售服务有限公司担任市场部经理,负责公司市场活动策划和新媒体运营。警方查明,2023年5月到2024年8月期间,杨某利用职务之便,将公司用于电商平台投流及物资采购的款项共计6.04万元,分多次打到自己的账户上,用于自己还车贷及日常花费,涉嫌职务侵占。

此外,杨某得知可以在平台上由法人申请退款后,欺骗公司实际法人陈先生,声称电商平台需要认证法人的本地交通工具。陈先生信以为真,就按杨某的要求,手持身份证拍照,并将收到的验证码都发给杨某。杨某冒充公司法人身份,将存在公司电商平台账户内的7万多元资金进行退款后占为己有,涉嫌诈骗。

目前,杨某因涉嫌职务侵占及诈骗被警方刑拘。

## 老板制假售假 员工亦步亦趋 双双被抓判刑

本报讯(融媒体记者黄墩良 通讯员王汇鑫)看到老板制假售假,曾某乙依样画瓢,干起同样违法的勾当,当然,两人也落个被判刑的同样下场。近日,鲤城区人民法院就审理了这起假冒注册商标罪案件。

经查明,2023年4月至2023年10月期间,曾某甲购进空版服装及假冒的某知名品牌注册商标的标识,并使用压标机自行压印成品后,在其注册经营的“中国xx特卖个人店”“支持xx特卖个人店”两家网店,上架销售该假冒服装,销售金额累计108914元。

其中在2023年6月份,曾某乙明知曾某甲上述制假售假注册商标商品的行为,仍受其雇佣,为其提供贴标、打包、贴快递单等帮助,参与销售金额合计21796元,并收取曾某甲支付的工资5000元。

其间,曾某乙还自行在空版服装上压印假冒的某知名品牌商标标识,后在其注册经营的“xx特惠服饰个人店”网店销售该假冒服装,销售金额共计183788元。曾某甲明知曾某乙的上述行为,仍为曾某乙提供购进空版服装、假冒的某知名品牌商标标识等帮助。

去年12月14日,曾某甲、曾某乙在制售假窝点被公安机关查获。公安机关在该处查扣到属于曾某甲的商标标识、烫标机、印有商标标识的衣物等涉案物品。经鉴定,上述产品均为假冒注册商标的产品。

案发后,曾某甲和曾某乙预交了20万元用于退出违法所得和缴纳罚金,并已赔偿被侵权企业的经济损失,获得了企业的谅解。

法院经审理认为,曾某甲、曾某乙未经注册商标所有人许可,单独或共同采用购进空版服装及假冒的商标标识后自行压印成品的方法,在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标并予以销售,其行为已构成假冒注册商标罪。

最终,综合案件的犯罪事实、情节、社会危害程度等因素,法院一审依法判处曾某甲、曾某乙相应刑期和罚金,并责令他们退出违法所得。

法官提醒,企业应牢固树立诚信为本的理念,严格遵守法律法规,自觉诚信经营、依法经营,同时若自身知识产权被侵害,要及时向有关部门举报或提起诉讼,共同营造良好的创新环境和市场秩序。

对于消费者而言,要增强防范意识和维权意识,选择正规渠道购买商品,学会辨别真伪,警惕价格欺诈和虚假宣传,发现假冒伪劣商品时,积极向有关部门举报,依法维护自身权益。

### 晋江市深沪镇

## “以巡促治”推动人居环境持续提升

本报讯(融媒体记者许雅玲 通讯员蔡尚锦 王楚诗)十四届晋江市委巡察启动以来,晋江市委梳理出一系列共性问题,充分发挥巡察在标本兼治中的战略作用。针对巡察中发现的“村(社区)人居环境整治不到位”共性问题,深沪镇通过“以巡促治”方式,定期开展人居环境整治“回头看”行动,将“找问题”与“促提升”有机结合,全力推动巡察反馈问题整改。

为切实推动整改措施落地,深沪镇纪委协同相关业务科室组成检查小组,深入人居环境薄弱村,进行全面督导检查,重点关注主体责任履行是否到位、整治措施是否按序推进、资源是否合理统筹以改善基础设施,推动建立长效机制。检查中对发现的问题列出清单并及时反馈至责任人,

明确整改时限。对整改情况适时开展“回头看”督查,对整改不力、责任落实不到位的人员进行严肃问责,确保整治工作扎实推进。在晋江10月份环卫保洁管理考评中,深沪镇考评成绩位列晋江市第一,切实提升群众的获得感和幸福感。

为进一步巩固巡察整改成果,深沪镇还在晋江率先启动环卫保洁“挂图作战”机制,将每月的“洁净家园”行动作为抓手,定期召开人居环境分析会和部署会,精准施策,力求实现人居环境“全面净、日日新、常态美”。同时,围绕人居环境薄弱环节,深沪镇坚持问题导向,集中开展“净桶行动”、餐饮油烟污染专项整治和“净美街巷”道路保洁专项行动等工作,全方位提升人居环境品质。

日前,泉州中心市区照明提升二期项目正式开工建设,旨在进一步加强古城与新城的互动连接,提升城市品质,全线点亮“光明之城”。该项目力争明年春节前亮灯,让市民和游客在世道之城邂逅更多浪漫。

□融媒体记者 王金植  
通讯员 吕惠琳 文/图

### 每条路线设置独特主题

二期项目由泉州城建集团承建,遵循“一年见效、两年成势、三年成型”的思路,聚焦“光明之城、活力泉州”主题,重点提升门户节点和迎宾廊道的照明,着力形成“两江一湾”主线与门户廊道相互连接的中心市区夜景格局。

泉州城建集团有关负责人介绍,相较一期项目,二期项目涉及约235栋建筑、12座桥梁及人行天桥,以及近30公里的绿化带,范围广。项目以“舒适、自然、活力、智造、未来”作为建设关键词,每条路线设置独特主题,精细设计沿线重要节点,塑造生机勃勃的迎宾廊道,强化“门户节点”,提升城市出入口形象,充分展示夜间城市品质。

丰泽街、津淮街、泉秀街及沿江道路通过灯光逐渐从古城的暖黄色调过渡到新城的暖白色,营造和谐的视觉效果。

东海片区则在滨海街、东海大街、府东路和府西路等重要道路,一方面强化沿线建筑的景观照明,补充中轴线新建地标建筑夜景,使片区夜景效果更加整体连贯;另一方面融入刺桐花、德化白瓷和古厝窗花等泉州非遗元素,形成独具特色的灯光装置,为城市夜景注入浓郁的文化气息。

泉州火车站至东海的联络线路进行照明优化,改善立交桥、隧道等夜间节点的安全性,同时结合绿化带和灯杆装饰提升整体观感。创新设计的透光屏幕取代传统道旗灯杆,内容灵活切换,增添现代感。

### “城市灯光秀”受追捧

据介绍,自2022年底泉州中心市区启动东海城东片区及晋江洛阳江两岸照明提升工程以来,“两江一湾”的夜景

### 中心市区照明提升二期项目开工

# 点亮“光明之城” 邂逅更多浪漫



一期项目亮化美化了东海片区(资料图片)



丰泽街-温陵路路口东侧效果图



津淮街-回安路路口东侧效果图



东海片区-泉州印象效果图



泉秀街-坪山路交会处效果图

美了不少:刺桐大桥、田安大桥等8座跨江桥梁的光影秀,东海中央商务区、东海泰禾广场等沿江建筑的“城市灯光秀”引发了市民游客的观看热潮,在各大网络平台获得广泛传播,吸引了众多游客纷至沓来。

东海城东片区及晋江洛阳江两岸照明提升工程通过丰富的光影层次,融入“世遗文化”“非遗艺术”“泉州精神”

等泉州元素,打造“两江一湾为主线、门户廊道为纽带,两岸片区相串联、古今交融相辉映”的城市照明体系,扩大泉州海丝文脉、世遗文化的影响力和吸引力。该项目以门户性、地标性节点和晋江、洛阳江沿线桥梁、两岸楼房、驳岸要素为重点,突出展现城市地理风貌特色、丰富夜游内涵。通过控制系统动画编排,将泉州深厚的历史文化积淀和22

个世界遗产点采用光影投射至两岸建筑物、堤岸树木和泉州晋江大桥、刺桐大桥、田安大桥、顺济大桥等载体,进行亮化美化,从车行、人行、船行等不同视角形成的观景点,结合公园、绿地、绿道等配套设施照明设施,让晋江、洛阳江两岸两岸照明相互协调与呼应,动态渲染世遗泉州繁荣特色。该项目于去年5月1日全部亮灯。

# 泉州文旅有多热 看看导游就知道

## 今年导游证报考人数翻倍

刚刚过去的10月,泉州文旅市场热度再次刷新新高。与“泉州游”一样火热的是导游资格考试报名。记者昨日从市文旅局获悉,一年一度的全国导游资格考试报名已结束,今年泉州报名人数是去年的一倍。文旅市场和导游形成“双向奔赴”的良好局面:文旅频频“出圈”,增强了导游职业的吸引力;导游讲好“泉州故事”,引来游客,成为文旅流量的一道密码。

□融媒体记者 王金植 实习生  
胡晓梅 通讯员 潘军萍 文/图



导游的服务关乎泉州文旅形象

### 今年1200多人报考导游

“今年的导游资格考试较往年呈现出一些新特点,报考人数多是其中之一。”市文旅局有关负责人说,今年泉州报名参加全国导游资格考试的考生共有1200多名,同比增长100%。

40岁的陈女士原本从事保险销售行业,今年报名参加导游资格考试。她说,泉州旅游市场火热,商机很多,考本证后可以利用业余时间从事导游,也算为家乡发热。

刚刚退休的龚先生也是考生之一,他说,世遗泉州旅游火热,许多朋友来泉州游玩,考导游证后可以更好地为朋友讲解,把泉州推介给更多的朋友。

市文旅局有关负责人介绍,参加导游资格报考的不仅有在校学生,还有企业员工、培训机构教师、出租车司机等。今年的考生有一半以上来自其他行业,大多数人报考的目的是希望多一项技能。除了报考人数多,考生质量也明显提升,其中不乏研究生学历的考生。

该负责人表示,为了吸引更多的人加入

导游队伍,更好地服务文旅经济,文旅部门广泛宣传,扩大社会影响面。

### 文旅市场和导游的双向奔赴

导游这一职业缘何突然成为不少人眼中的“香饽饽”?业内人士表示,泉州文旅频频“出圈”,旅游市场持续火热,让不少人看到了导游这个行业的发展前景,进而增强了导游职业的吸引力。

近年来,泉州文旅市场持续红火。2023年,全市旅游收入首次突破1000亿元大关,文旅呈现长红之势。2024年上半年,全市接待旅游总人数4502.69万人次,增长18%,游客旅游总花费533.74亿元,增长23.6%。2024年国庆假期,全市文旅市场延续火爆态势,文旅消费持续增长。根据移动大数据监测及第三方测算,全市共接待游客665.58万人次,按可比口径较上年同期增长38.58%,游客旅游总花费58.12亿元,按可比口径较上年同期增长35.08%,两指标均创历史新高,在去年高位增长的基础上继续高位增长。根据中国联通2024年国庆假期文旅数

据报告显示,泉州市入境深度游客量排名位居全国第三。晋江市进入全国最受游客欢迎的县域旅游目的地TOP10。

“游客多了,对导游的需求量自然增加。”颜女士从业近20年,随着我市导游市场需求旺盛,一到节假日她就忙得连轴转。“最忙的时候,我一天要带两三个旅游团。”她说,虽然累,但感到充实快乐,“能为推介宣传泉州感到自豪。”

上海游客黄女士近期再次来泉州旅游。今年“五一”假期,她来泉州旅游旅途中晕倒,得到导游邱先生的帮助,感受到泉州人的热情。“泉州景美,人美,值得再来。”

“导游是游客认识泉州的一个窗口。”市文旅局有关负责人介绍,导游讲好泉州故事,让游客认识泉州、了解泉州、走进泉州,从而能够带动游客游泉州的热情。

### 提升导游服务质量助力文旅

如何让导游更好服务文旅市场?市文旅局精心策划并实施了一系列温情而有力的举措,提升导游的服务质量与水平,助力全市文旅从“爆红出圈”到“圈内长红”。

一方面,市文旅局持续推动“海丝泉州推荐官”工作室不断向机构化、标准化、全域化方向蓬勃发展,通过举办导游讲解员大赛等丰富多彩的活动,以竞技的方式激励导游不断提升专业素养与社会影响力;另一方面,出台导游人才激励政策,吸引更多优秀人才加入导游队伍,为泉州旅游注入新的生机与活力;同时积极对接产业需求,深化校企合作,为导游队伍储备更多优秀人才。定期举办泉州古城讲解员培训等培训班和讲座,为导游讲解员们搭建起提升业务素养与服务水平的桥梁。

此外,市文旅局制定了导游服务监管网络制度,对导游服务的每一环节层层把关。开展导游市场专项整治,公布典型案例,维护旅游市场形象。