社评

高速公路服务区应成城市形象“微窗口”

刚刚过去的中秋、国庆假期，高速公路服务区成为了舆论关注的焦点。

“苏州市园林式的阳澄湖服务区粉墙黛瓦、小桥流水，常州市芳茂山服务区宛若恐龙主题公园，走现代风格的无锡市梅村服务区气派程度与市中心的高级商场没差……”江苏省高速服务区惊艳了全国各地的游客，新浪微博上的“江苏高速服务区甲天下”的话题阅读量近4亿。有网友评论：“有人专门去服务区玩，特地跑个高速，比如我爸妈。”“这明明是把苏州园林建在高速路上了啊。”

一提到高速公路，很多游客的印象还停留在加油、上厕所、接热水上。而谈起服务区的服务，吐槽的声音更多：“服务功能少，有些服务区能提供的服务至今仍仅限于加油、如厕等，购物货架上只有种类有限的方便面和面包可供选择；基础设施差，有些服务区停车位少，卫生间数量不足；服务水平低，大车小车混停无人引导，餐饮区卫生条件差……”而当江苏省这些品质高、服务好、景色美的高速公路服务区出现在众人面前时，引发关注、令人羡慕也就不难理解了。

“羡慕”背后，折射出的是人们出行需求的巨大转变：不再满足于“走得出”，而是对于“走得好”有了更多期待。当前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，人们对于美好生活的期待已经从“有没有”转向“好不好”。表现在交通出行上，就是大家不再仅仅满足于通路通车、有服务区能停车歇脚这样的“硬需求”，而是更加重视人性化、个性化、安全感、幸福感等“软需求”。这些兼具人性化与舒适度的高速公路服务区正满足了人们加油、吃饭、停留、休憩的“高配”需求，吃喝玩乐一条龙服务也大大延展了长途旅行的美好体验，是旅游服务提质增效的最佳诠释。

据了解，2017年2月，国家六部门就联合印发了《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》，提出探索“服务区+文旅”产业融合创新，构建“快进慢出式”服务区的集中尝试。除了江苏省，浙江、山东、广东等省部分城市也拥有备受认可的升级款服务区。

事实上，增加功能、改善设施对于高速公路服务区而言，并非只有付出没有回报的赔钱买卖。数据显示，“十三五”期间，江苏全省服务区消费收入增加了近两倍。而“江苏高速公路服务区甲天下”引发关注，更是极大地提升了省域的美誉度与软实力，成为一个宣传和展示地方经济、文化和地方特色、特产的平台。

“星级服务区”坚持需求导向和因地制宜的服务理念进行改造升级，实现了旅客、服务区运营方和当地政府三方的共赢，值得其他地区借鉴。不过，这种园林、主题园一样的服务区可否推行？本地资源禀赋和道路客流是适合打造复合功能服务区，还是做小型购物中心，或者是需要优化商品品类和提升卫生水平？这些都是需要深入考量的。

高速公路服务区发展理应打破“封闭式”思维，融入地方经济，形成地区新景，成为所在城市形象展示的“微窗口”。不过，在改造服务区之时，一定要根据自身实际条件，因地制宜，用心服务，切莫陷入过度追求服务区“高大上”的形式主义。

心存疑虑

近日，不少消费者反映，在各大社交网站、APP上出现了一大批以超低折扣商品为卖点的“捡漏群”“羊毛群”等，群主、主播们无不宣称在群里能买到巨大优惠的名牌产品，比如几十元的运动鞋、几元的微波炉、几角几分的零食、化妆品，甚至还有0元购物机会。有消费者说：“类似内容看多了，还真蛮动心的。”

对于“捡漏群”“羊毛群”这一网购新生事物，有业内人士表示，这是互联网零售的又一发展趋势，有其存在的合理性；但也有消费者表示，类似事物让互联网购物越来越复杂，期盼少一些套路，多一些真诚。

新华社发 徐 骏作

察言观社

用监管之手惩堵汽车维修坑人骗保伎俩

■刘俐琨

近日，一家媒体发布暗访实录，揭露了北京两家合资品牌4S店中的诸多乱象。视频中被曝光的4S店存在“故意骗保”、截留超量油液、虚增保养项目等一系列欺客行为。而随着该视频的热播，有关4S店维修保养的“黑幕”话题引发舆论热议。

媒体记者打入4S店“内部”，暗访发现的4S店汽车维修坑人的伎俩套路令人震惊、使人忧心。实际上，在手机维修、家电维修等领域，也不同程度地存在着先弄坏再修理、偷换零件、虚报价格、虚报修理量等问题。汽车维修保养中的乱象大都属于维修行业的通病。不论汽车维修乱象的外在如何，其实质都是薅消费者的“羊毛”，甚至还薅保险公司的“羊毛”，都扰乱了汽车维保市场秩序，践踏了诚信底线和法律底线——如果以“先砸后修或先砸后换”等行为骗保的情节严重，还可能涉嫌犯罪。

记者卧底暗访的精神可嘉，也卓有成效，我们应该感谢记者的付出。但戳穿修车侵权猫腻，不能光靠记者“卧底”。记者所发现的种种问题，对于4S店或汽车维修行业而言是乱象，对消保维权机制、保险管理机制而言，则意味着漏洞和不足。针对记者发现的问题线索，市场监管部门、保险机构等应该全面深刻反思，用更高质量的履职，举一反三地查找问题，进一步健全相关监督机制，规范汽车维修保养行为，积极维护消费者权益，维护保险市场秩序。

当然，汽车维修的不少问题都具有隐蔽性、专业性，发现问题有一定的难度，但记者能做到的，拥有更多资源、更强能力的市场监管部门、保险机构等更有理由做到。在餐饮领域有“明厨亮灶”机制，满足了消费者的知情权和监督权，对经营者形成了倒逼规范效应。有些手机维修商也向消费者开通了后台维修监控系统，让维修处在消费者眼皮子底下，处在一种透明环境中。显然，相关部门也可借鉴上述经验，要求汽车维修商对车辆维修保养过程进行全程视频监控，并向监管部门、消保组织、保险机构、消费者等开放监控通道，分享监控资源（监控数据必须保存一段时间以上）。这样，很多汽车维修保养的猫腻就失去了适宜的生存环境。监管部门也可安排或聘雇人员对汽车维修商进行卧底调查，或者鼓励维修商内部员工积极举报。同时，保险机构应该加强对验损过程、修理或更换部件的检审把关，堵住“先砸后修或先砸后换”的骗保漏洞。市场监管部门、汽车维修行业协会等则应依法监督维修商严格履行明码标价、明确事先告知等义务，要求维修商如实记录（经消费者确认）维修部件和维修用料情况，并保存维修记录一定年限，以备相关部门检查或解决维权纠纷。对发现问题并核查属实的维修商，监管部门必须依法处罚，并关联信用惩戒，记入市场主体征信系统，使其付出多重代价。

说到底，要整治汽车维修行业中的乱象，不能依靠消费者的自保，不能依靠经营者的自律，也不能仅靠媒体等第三方监督力量“冲锋陷阵”，最终还得靠监管“正规军”的依法履职，还得靠监管之手的强力介入、长效介入。

微言微语

手机“二次号”莫名被欠贷，谁来买单

背景：

近日，江苏王女士拿到单位统一办理的工作用手机号码的第一天，就接到了各种催债电话。原来，这个号码的原机主欠了债务又弃用号码，手机号被电信公司回收后，又分给了王女士。新办的手机卡，刚启用就收到接连不断的催贷电话；注册微博、微信、支付宝等APP却频繁显示号码被占用；给运营商客服致电，却被告知要自己协商处理……当手机号码资源愈发稀缺，“二次放号”这一盘活资源的常规手段，为何给用户带来许多新麻烦？谁又该为这些衍生问题买单？

@郭芸：避免资源浪费、实现资源循环本无过错，但由此产生的麻烦和成本，不该由消费者来承担。针对“二次号”完善服务体系，行业主管部门、运营商、网络平台、用户还需共同努力。

@高辰：当前，手机号几乎等同于“网络身份证”。在“实名制”背景下，很多时候用户的手机号是与身份证绑定的。“二次号”存在极大的个人隐私泄露风险，老用户在销号之前一定要做好解绑各类账号的工作。

@王钟的：对于通讯运营商而言，不能把所有责任都推给用户。尽管号码有限，但在号码总数整体超过手机用户数，而且号段资源仍在不断增加的基础上，号码资源还有不少潜力可挖。运营商应努力延长“二次放号”的时间，尽量减少二次投放的手机号。此外，不少用户是因为“携号转网”仍存在诸多不便才换号，运营商应进一步创造便利条件，尽可能让用户“留住”原有的手机号。

@张耀越：行业主管部门应采取相应措施，协调运营商和网络平台加强信息互通和账号管理，更加科学合理地盘活和发放“二次号”。网络平台也要简化解绑、注销的流程，同时增加注册识别身份的方式，而非仅凭手机号。