

市城管局

市政设施集中整治 守护市民平安出行



工作人员对破损路面进行整修

本报讯 为进一步提升城市道路通行品质,保障市民出行安全便利,近日,市城管局市政设施事务中心聚焦道路坑洞、沉降、破损等突出问题,以实干担当、务实作风、精准施策、高效推进,全面打响春季道路病害集中整治攻坚战,用实实在在的成效践行为民服务初心,彰显市政养护人的责任与担当。

整治工作中,市城管局市政设施事务中心工作人员坚持精准排查、重点突破、全域整治,严格落实“先建档后维修、先重点后一般、先应急后常规”的工作方法,对市区市政道路病害逐一排查、建立台账,做到底数清、情况明、数据准。针对车流量大、病害严重路段,创新采取错峰施工、多设备联合作业、全员在岗“参战”等模式,最大限度降低施工对交通出行的影响,既保施工进度,又保通行顺畅。

市城管局市政设施事务中心聚焦群众反映强烈的道路重点,分类施策、精准发力。对主干道突出病害,采用热拌沥青混凝土高标准铺设维修;对小面积坑洞、沉降及用冷补沥青应急处置,快速消除安全隐患;重点对高村路、西华大道等大面积破损路段开展集中整治,彻底改善通行条件。全面整治人行道道板缺损、路缘石歪斜破损、阻车桩损坏等问题,同步强化对绩效托管单位的督导管控,细化工作标准,紧盯整治进度,确保托管路段养护质量达标不降档。

截至目前,春季道路病害集中整治取得阶段性成效:累计维修车行道968处、3125平方米,维修人行道600处、444.5平方米,整修路缘石180米,修复阻车桩122个,完成桥梁路面灌缝11696米,切实提升了市民出行的安全感、舒适度与满意度。

下一步,市城管局市政设施事务中心将紧盯剩余整治任务,以“时时放心不下”的责任感、事事落实到位的执行力,加快推进维修收尾工作,持续强化市政设施常态化管护,以平凡岗位守初心、以平常履职担使命、以实干实绩惠民生,为城市高质量发展筑牢坚实基础。(李亚超 文/图)

小举动大文明 绿化“三随手”在行动



工作人员将违规停放的电动自行车摆放整齐

本报讯 为深入推进全国文明城市创建工作,充分发挥园林绿化工人主人翁作用,近日,市城管局道路绿化中心全面开展“三随手”主题实践活动,以“小行动”汇聚“大能量”,推动全国文明城市创建工作走深走实。

活动聚焦园林绿化养护与文明创建重点,明确“随手护绿、随手保洁、随手整理”核心内容。全体绿化工人立足岗位,在日常作业中主动践行责任。修剪养护时,随手清理枯枝落叶,规范树木造型,守护绿植生长环境;巡查路段时,随手捡拾绿化带内烟头、纸屑等垃圾,消除卫生死角;发现不文明车辆摆

放、践踏绿地、乱挂杂物等行为,及时上前耐心劝导,引导市民共同爱护城市绿化成果。

活动开展以来,工作人员将文明理念融入每一次修剪、每一次巡查、每一次劝导,累计清理绿化区域杂物百余处,劝导不文明行为数十起。

下一步,市城管局道路绿化中心将持续深化“三随手”主题实践活动,建立长效机制,以更精细的养护、更主动的服务,为全国文明城市创建筑牢绿色根基,让城市绿意更浓、文明底色更亮。

(岳君利 文/图)

买保险不踩坑 中国人寿教你科学投保

本报讯 近年来,保险行业蓬勃发展,各类保险产品为我们的生活提供了多样化的保障选择,发挥着经济“减震器”和社会“稳定器”的重要作用。但部分消费者在投保时,常会面临产品选择、购买渠道、保费预算等困惑,不知如何决策。

中国保险行业协会邀请行业专家,向广大消费者普及金融消保知识,提升风险防范能力,依法维权、理性维权,增强消费者的获得感、幸福感、安全感。

中国人寿保险股份有限公司(以下简称中国人寿)首席合规官许崇苗受邀参加活动,并与广大消费者畅谈适当性管理,以及如何借助适当性管理买到适合自己的保险产品,让保险真正成为守护美好生活的坚实后盾。

什么是适当性管理? “适当性管理,其核心要用一句话来说就是,将合适的产品通过适当的渠道销售或提供给合适的客户。”许崇苗解释说。

国家金融监督管理总局出台的《金融机构产品适当性管理办法》(以下简称《办法》),已于2026年2月1日起全面实施。该《办法》将保险产品适当性纳入统一规范,从源头防范错配、误导与纠纷的发生,标志着保险业在消费者权益保护领域迈出了里程碑式的一步,建立了清晰的行为准则与刚性约束。从保险消费角度,这个新规从三方面为消费者带来了实实在在的守护:

第一,产品划分要清晰,信息披露要公开。产品划分清晰,就是对保险产品进行区分,帮助消费者直观识别产品特征、理性选购。《办法》要求金融机构在对保险产品进行分类分级时,充分考虑保险产品类型、产品保障责任、保单利益是否确定等因素。例如,人身保险根据保障责任,可以分为人寿保险、年金保险、健康保险、意外伤害保险;根据产品设计类型可分为普通型、分红型、万能型、投资连结型等。对于具体产品的分类分级情况,通常可以通过保险公司的官网进行查询、了解。

第二,客户投保先评估,风险自担需确认。金融机构在销售一年期以上的保险产品前,须对消费者进行需求分析及财务支付水平评估,如果销售投资连结型保险等可能导致资金损失的产品时,还须对消费者进行风险评估能力评估。如果评估发现存在需求不匹配、财务支付水平不足、风险承受能力不足等情况,金融机构会建议终止投保。如消费者仍坚持购买,则需要签署书面文件确认本人自主意愿,并承担风险。

第三,特殊群体需关怀,特别保护显温度。《办法》特别关注65周岁以上的老年群体,要求金融机构向他们销售高风险产品时,必须履行特别的注意义务,比如制定专门的销售程序,强化风险提示,给予更多的考虑时间等。这是监管温度的具体体现,体现了对老年消费者的人文关怀。

如何实现适当性管理,做到科学投保、理性消费? “有了好的制度,还需要消费者的积极配合。作为保险消费者,想要实现

适当性管理,需重点关注五个‘要’。”许崇苗特别提示。

一要如实告知,做好自我评估。在购买保险产品前,金融机构会根据要求请消费者填写评估问卷。有些消费者为了能买个产品,故意隐瞒真实情况,或者随意填写,这是不可取的。应务必真实、准确、完整地提供个人信息,包括家庭财务状况、健康状况等。只有这样,金融机构才能为消费者推荐最适合的产品。

二要认清需求,不盲从、不攀比。根据家庭生命周期、健康状况、负债水平等因素,明确核心保障诉求,不盲目跟风、不冲动投保,让保障真正贴合需求。例如,家庭经济支柱应优先配置足额的家庭意外伤害保险、人寿保险与健康保险保障;退休人群需侧重养老保障与长期护理规划。

三要量力而行,动态匹配财务规划。保费支出应与家庭收入及现金流状况相匹配。《办法》指出,如消费者购买分红型、万能型、投资连结型等保单利益不确定的人身保险产品时,一次性所交保费原则上不超过家庭年收入的4倍,年期交保费原则上不超过家庭年收入的20%,避免因交纳保费过高导致资金短缺风险。

四要认准资质,仔细研读保险条款。购买保险产品,应通过正规的销售渠道,选择具备相应资质的保险销售人员。同时,保险合同是消费者权益的重要凭证,投保前要完整阅读《投保提示书》《风险提示书》《产品条款》等文件,重点关注保障责任、责任免除、交费期限、现金价值、退保规则等核心条款。

五要冷静复盘,用好保单“犹豫期”。大部分人身保险产品条款中都设置了犹豫期(一般为15天)。在此期间,消费者可以申请解除保险合同,并全额退还保险费。购买保险产品后,特别是大额的、长期的保险产品,消费者可以及时和家人商量,再次审视产品是否适当,确定是否保留保单。

许崇苗还向保险消费者提示: 一是理性投保,让保障贴合需求。投保前,务必综合评估自身年龄、职业、收入、健康状况、家庭责任等关键因素,明确核心保障需求,财务支付能力及风险承受能力,不盲目跟风、不冲动投保。

二是遇事不慌,首选官方渠道。如果在消费过程中遇到任何疑惑,请通过官方客服热线、官方APP、服务网点或身边的保险机构服务人员等正规渠道进行反馈。

三是擦亮双眼,警惕黑灰产陷阱。不要相信“全额退保”“维权专家”“保单检测”等网络消息,不要随意泄露身份信息、银行卡、保单等敏感信息,避免落入“代理退保”黑灰产的陷阱。

“投保没有标准答案,只有契合自身需求、财务状况和风险承受能力的产品,才能真正发挥保障作用。理性投保、审慎决策,让我们携手共建公平、透明、安心的保险消费环境,让每一份保障都恰到好处,每一份信任都值得托付。”许崇苗呼吁。

(中恩)

市场监管局 召开消费维权行政指导会

本报讯 (新乡日报全媒体记者刘美群)围绕2026年“3·15”国际消费者权益日主题活动,近日,市场监管局组织召开消费维权行政指导会,旨在进一步压实企业消费维权主体责任,规范市场经营秩序,全力守护消费者合法权益。各县(市、区)局及直属各分局12315工作机构、消费者协会负责人,43家相关企业负责人参加了会议。

会议强调,各经营主体要强化法治意识,常态化学习消费者权益保护、产品质量、食品安全等法律法规,坚守诚信经营底线。要健全全流程管理制度,优化投诉处理流程,用好ODR在线纠纷解决机制和维权服务站,提升消费维权效能。要严把质量

关口,将质量管控贯穿生产、销售、售后全链条,以优质产品和服务赢得市场。同时,围绕食品安全、价格收费等重点领域开展自查自纠,及时排查风险、化解矛盾。

下一步,全市市场监管部门将持续强化日常监管力度,建立常态化督导机制,紧盯企业主体责任落实情况,不断深化消费维权服务举措,推动各类经营主体规范健康发展,全力营造安全、放心、舒心的消费环境,全面提升全市消费品质,推动消费市场高质量发展提供有力保障。

瑞众保险新乡中心支公司 开展“消保知识进一线”培训活动

本报讯 为积极响应关于开展“消保知识进一线”活动的通知要求,进一步提升全体外勤人员的运营知识,更好地服务客户,助力公司高质量发展,3月25日,瑞众保险新乡中心支公司利用营销业务团队早会时间进行投诉常见问题培训(如图)。



本次培训紧扣近期行业及公司系统内真实投诉案例,对易引发客户不满、触发投诉的高频问题进行逐项拆解与深度剖析。围绕各类问题对应的监管要求、公司内部管理制度及服务规范开展细致讲解,明确业务办理标准流程、责任边界与沟通技巧,引导参训人员从源头防范服务风险。培训期间,全体参训人员认真听讲、主动记录,结合自身业务实操中的疑问与讲师互动交流,现场学习氛围浓厚,成效良好。

(蒋玉虎 文/图)

精准提示进万家

泰康人寿积极开展“3·15”金融消保教育宣传活动

2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动期间,泰康人寿积极响应国家金融监督管理总局号召,围绕“清朗金融网络、守护安心消费”的主题,通过线上与线下相结合的方式,开展“精准提示进万家、金融风险防到家”风险提示全域达活动,组织分支机构联系合作商户、外卖公司、快递驿站,将金融消保风险提示嵌入高频接触的场景物品中,让金融消保知识如春雨般“润物细无声”地融入百姓日常生活。

工作人员和取餐客户讲解金融消费维权要点,送上金融消保知识贴纸,内容涵盖“警惕非法代理退保”“保护个人信息安全”等提示,将金融消保知识融入市民日常生活场景。

这种形式巧妙借力成熟高效的物流网络,实现了金融消保知识在物理意义上的广覆盖,更重要的是,它将宣传精准送达家庭消费的最终场景。一张张小小的贴纸,能在消费者打开外卖的瞬间传递重要的风险提示,为金融消保知识的常态化与可持续宣传探索出了一条新路径。

泰康人寿深圳分公司借助深圳市“金融明白人”出租车队,通过金融消保公益车贴和车载金融消保宣传栏,让车厢成为金融消保知识宣传的常态阵地,让车辆成为移动的金融消保知识宣传点,让司机成为移动的金融消保知识宣传员。除此之外,每天穿梭在城市的大街小巷,为千家万户提供便利生活服务的外卖骑手也加入金融消保知识宣传队伍,成为清朗金融网络的“守护骑手”,一起接过“金融消保知识宣传员”的使命,把金融消保知识融入配送的每一个环节,把金融安全的“锦囊妙计”送进千家万户。

泰康人寿湖南分公司走进长沙县物流园。活动现场,志愿者通过发放宣传折页、以案说法、面对面讲解等形式,重点向货车司机普及防范冒充平台诈骗、虚假理财、征信骗局等知识,提醒守护个人信息与合法保险权益。

泰康人寿以每年“3·15”活动为契机,不断巩固和深化常态化金融消保教育宣传成果,将消费者权益保护理念深度融入公司治理、经营管理和企业文化的方方面面,与广大消费者同心同行为提振金融消费信心、维护金融安全与稳定、服务人民美好生活贡献坚实力量。

从外卖餐盒到快递包裹,从街头巷尾到千家万户,泰康人寿正以创新的方式,将金融消保知识的种子播撒在百姓生活的每一个角落。当风险提示变得触手可及,当金融消保知识融入日常场景,一幅“清朗金融网络、守护安心消费”的美好画卷正在徐徐展开。(侯文)

除了“外卖上门”,泰康人寿还同步推进金融消保知识“驿站自取”活动。各分支机构积极联动当地快递驿站,在驿站墙面、货架等显眼位置设置金融消保知识宣传区,投放包裹贴等宣传物料。

泰康人寿福建分公司消保志愿者化身“安全宣传员”,穿梭在货架之间,手持风险提示小贴纸,分工协作、有条不紊。他们一边仔细核对包裹摆放情况,一边将印有“警惕非法集资避免财产损失”“科学评估风险、合理配置资产”等内容的标签,逐一贴在快递盒显眼位置。选择在快递包裹上贴风险提示标签,就是要利用“最后一米”的投递场景,把风险提示送到市民手中,让大家在取件的瞬间,就能接收到金融消保

聚焦重点群体 彰显责任担当

本次“精准提示进万家”活动特别关注“两司两员”(货车司机和网约车司机、外卖员和快递员)等新就业群体。随着平台经济蓬勃发展,快递员、外卖骑手等新就业群体已成为城市运转的重要力量,但由于其工作节奏快、接触信息碎片化,防范非法金融活动的意识和能力相对薄弱,易成为电信诈骗、非法集资等违法违规行为的“目标”。泰康人寿通过走进快递驿站、联动外卖平台等方式,不仅将金融消保知识送达消费者,还让“两司两员”新就业群体成为金融消保知识的传播者和受益者。

市审计局 召开研究型审计领导小组第一次会议

本报讯 近日,市审计局召开研究型审计领导小组第一次会议。

会上,研究审议12个审计项目的实施方案,听取7个审计项目的进展情况,分析研判存在问题与风险隐患,进一步明晰审计项目推进思路与工作举措。

会议强调,一是再完善审计实施方案。要紧扣审计目标、政策要求和行业特点,细化审计内容、审计重点及审计措施,不断提升方案的针对性、可操作性及前瞻性,确保审计实施方向清晰、路径明确。二是再加速推进审计项目。要压实工作责任,紧盯时间节点,统筹把握审计进度与实施程度,持续加大推进力度、拓展核查深度,推动审计项目高效有序落地。三是再强化审计质量意识。要牢固树立“审计质量是审计工作生命线”理念,加强全流程审计质量管控,拓宽工作思路,优化方式方法,深化研究型审计,切实提升审计成果的层次和分量。

(孙江鹏)