

我市多家景区执行旺季开放时间

本报讯(记者 贾尚志)4月1日起,晋祠天龙山、太原植物园等多家景区执行旺季开放时间,请游客合理规划游览时间。

晋祠天龙山景区发布公告,4月1日起,景区的开放时间为8:30-17:30,售票时间为8:30-17:00。

其中,天龙山石窟博物馆开放时间为:8:30-17:00,16:30停止检票。4月1日至15日,游客游览天龙山石窟,需将私家车停放于晋祠P2、P3停车场,乘坐景观Y1线路车赴景区参观游览。

太原植物园发布公告,4月1日至

10月31日执行旺季游园时间,开放时间调整为9:00至19:00。旺季门票价格:全价票50元/人·次,半价票25元/人·次。

蒙山景区3月21日开始执行旺季运营时间及票价政策。开园时间:8:30-18:30,17:00停止检

票。旺季票价:成人票50元/人·次;学生享受半价优惠,即25元/人·次。

另外,崛嵎山博物馆发布公告,净因寺将进行塑像修复,4月1日起该景点暂时关闭,具体开放时间另行通知。



晋源区专项检查奶茶饮品商家

本报讯(记者 张勇)为进一步规范自制饮品行业经营秩序,保障消费者“舌尖上的安全”,针对近期社会关注的奶茶等自制饮品食品安全问题,近日,晋源区市场监督管理局对辖区内奶茶类饮品店开展专项检查。

本次检查以奶茶店等自制

饮品店为重点对象,重点检查原料溯源管理,对食品原辅料进货查验、索证索票制度落实情况进行检查,严查过期、腐败变质原料及违规使用食品添加剂行为;规范操作流程,对食品贮存条件、加工操作流程、餐用具清洗消毒及环境卫生状况进行检查,确保符合食品安全标准;核查从

业人员健康证持证情况,强化操作人员食品安全意识。

在检查中,执法人员还向商家宣传《中华人民共和国食品安全法》等法规,明确要求经营者严控原料采购关,优先选用新鲜果蔬、优质奶制品等安全食材,杜绝使用临期或过期物料。

防范诈骗 牢记“三不一多”口诀

本报讯(记者 郭晓华)3月26日,文庙街道文庙社区联合中国邮政集团公司太原市分公司开展“反诈宣传进社区”活动,通过案例讲解、传授防诈口诀、现场互动问答等形式,为社区居民送上实用的防诈知识。

活动现场,邮政工作人员围绕电信网络诈骗的定义、常见手段及防范措施进行了系统讲解。针对当前高发的诈骗类型,工作人员重点剖析了冒充公检法、虚假招聘、投资理财诈骗等典型诈骗案例,用通俗易懂的语言揭露诈骗分子的作案手法。“设置交易限额、开通短信提醒、妥善保管个人证件,这些都是防范诈骗的有效措施。”工作人员特别提醒。

为帮助居民更好识破骗局,工作人员现场传授“三不一多”防诈口诀:未知链接不点击、陌生来电不轻信、个人信息不透露、转账汇款多核实。活动还设置了互动环节,通过模拟诈骗场景,提升居民的防范意识和应对能力。

“这样的宣传活动很及时,我们老年人更需要掌握这些防骗知识。”参与活动的李阿姨表示。文庙社区负责人介绍,下一步将持续联合辖区单位,创新宣传形式,扩大宣传覆盖面,守护好居民的“钱袋子”。

“贴钱”教养生 实则是诈骗

本报讯(记者 李涛)在某个养生群里,“讲师”滔滔不绝地讲着养生知识,老人免费听,还能领红包,这种贴钱教养生的“好事儿”,实际上是网络诈骗的引流手段。3月27日,在网格员的劝说下,老人恍然大悟,及时退群。

“新进群的叔叔阿姨们,记得添加我领红包。”手机屏幕上,不断弹出“新人入群奖励1元”“新人加群主领1.6元”等信息。当天,网格员魏利在小井峪社区老年活动室服务时,注意到65岁的杨大娘一直低头摆弄手机。老人说,经朋友推荐,3月初她加入某养生群,不仅免费听讲座,能领取红包,拉新人进群还有额外奖励。她每天入群打卡,半个月下来累计领取了18.5元红包。其间,她按照“讲师”的要求,填写了身份证号、银行卡等个人信息。

网格员意识到,这很可能是网络诈骗的引流手段,立即与辖区民警取得联系,确认就是网络诈骗的一种方式。详细询问老人得知,自从听课课后,老人每天都会接到好几个投资理财的电话,说是群里“讲师”推荐的,她正在犹豫中。

随后,网格员找到发生在外地的相关案例。老人看后,发现情节相似,都是送礼物或发红包,后续诱导投资理财。等转账后,对方会将微信“拉黑”,彻底失联。当即,老人便退了群,庆幸地说:“多亏你提醒,否则真吃亏了。”

当心！保健品消费套路多

随着老年消费市场的不断扩大,针对老年人养生消费的花样不断,让人防不胜防。如何巧妙绕开这些陷阱?就此,记者采访了市消协律师,为您见招拆招,送上满满的维权干货。

对于老年人来说,健康最重要,不少人不惜花重金购买具有“神奇”功效的保健品,却一不留神儿掉进了骗子的圈套。市消协律师团、山西华炬律师事务所长者法律服务中心何川江律师告诉记者,部分不法分子就是看重老年人注重养生,从而使用非正常手段推销保健品。

例如,某公司以每盒65元的价格购得某品牌一款系列保健品,经营过程中,自行搜集大量私人电话,以60岁以上的老年人为目标人群,通过组织免费旅游,让员工使用公司统一设计的含有欺骗性的预设话术营销,还安排无行医资格的员



工以中医名义现场为老年人把脉,并借机以每盒898元的价格销售其系列保健品。“所谓的免费旅游,实为会销活动。”何律师称这些行为已构成欺诈和虚假宣传,严重侵害了老年消费者的合法权益。

夸大功效的保健品推销,往往会披上“免费”外衣,诱导老年人消费。何律师温馨提示广大老年消费者,一定牢记“三不”原则,即不轻信、不透露、不转账,守好自己的养老钱。

记者 李晓琳