



这些“贷款中介”坑人 教您如何避坑

大银行都有合作,找我办贷款又快又简单”。划重点:湛江辖内所有银行的员工,办业务都会在银行网点里办理,绝不会私下找您说“帮您办贷款”。要是有人这么跟您说,别信。直接打电话去银行问,一查一个准。

目前辖内不法贷款中介人员多出现在湛江各大银行合法办公场所附近或同一写字楼大厦内,请广大群众注意分辨,避免上当受骗。

花招二:“帮您办线上贷款”,转头就收“中介费”? 纯属套路

现在很多街坊习惯用手机办业务,有些中介就盯上这点,说“您自己不会操作线上贷款,我帮您填资料、走流程,办完给我几千块中介费就行”。

说实话:湛江各大银行的线上贷款,根本不用找人帮忙。您只要在手机上下载银行官方App(别下错那些杂七杂八的软件),按照提示填自己的真实信息,就能申

请,全程一分钱都不用花。那些收“中介费”的,都是在赚黑心钱,千万别上当。

花招三:“过桥”听着玄,实则风险大到爆

有些街坊朋友出现经营过程中资金周转问题,可能会遇到中介说“您钱不够?我帮您‘过桥’,先借钱给您还上,等您新贷款下来再还我,就收点手续费,很容易的事”。

敲警钟:这种“过桥”业务,很多都是非法的。中介借给您的钱,利息可能高得吓人,而且要是新贷款没批下来想处理原贷款问题,完全可以直接去银行找正规工作人员咨询,别信中介的“花言巧语”。

花招四:“软暴力催收”太恶心,侵犯隐私还违法

要是您找中介办了贷款,后续有可能

很糟心!有些中介为了催钱,会偷偷查您的通讯录,给您家人、朋友、同事打电话骚扰,甚至发威胁短信、上门堵人,让您的生活不得安宁。

告诉您:这种“软暴力催收”,已经侵犯了您的个人信息,还涉嫌违法。要是遇到这种情况,别害怕。第一时间保留好证据(比如通话录音、短信截图),然后直接报警,也可以向相关部门投诉,用法律武器保护自己。

湛江银行同业公会提醒大家

贷款是大事,一定要找正规渠道!湛江所有银行机构都有明确的贷款流程和收费标准,绝不会通过中介私下办理。要是遇到有人自称“银行合作中介”“能帮你快速贷款”,记得多留个心眼,别轻易相信,更别随便交钱、透露个人信息。

一是警惕虚假宣传。要警惕不法中介虚假宣传,以防被其欺骗和误导。应结合

自身资金资产情况、收入结构、负债能力等因素,合理确定资金需求,量力而行,理性借贷。

二是选择正规贷款渠道。应通过正规金融机构的官方渠道进行咨询和办理贷款。银行等正规金融机构办理贷款业务,不收取任何形式的中介费、信息咨询费、介绍费、代办费等,不存在有内部关系,可走内部流程办理贷款的情况。

三是提高信息保护意识。在办理贷款业务时,应妥善保管好身份证、银行账号、交易验证码及密码等信息,不随意对外透露重要信息;不随意授权他人代办金融业务;不轻易登录不明网站和链接;不轻信自称某金融机构的陌生来电。

目前,湛江银行同业公会正配合我市监管部门开展打击整治不法贷款中介专项行动,广大市民如发现不法贷款中介活动线索的,请与湛江银行同业公会联系,有关部门将对提供的线索予以核实,依法打击处置,坚决维护金融市场秩序。

咨询电话:0759-3378964
地址:湛江市乐山路19号裕华大厦9层918-921号

(湛江银行同业公会)



责编/版式 谢文雅

城事快议

“冬游湛江”燃起消费“冬天一把火”

维航歌(遂溪)

暖冬启幕,活力湛江。11月5日,随着“冬游湛江 乐享精彩”消费季新闻发布会的召开,一场从2025年11月持续至2026年3月的城市盛宴正式拉开帷幕。(据《湛江日报》)

这场贯穿冬春两季的消费促进活动,不仅是对“粤享暖冬 乐游广东”全省行动的有力响应,更彰显了湛江立足自身优势,主动作为,以系统性谋划激发内需潜力、赋能高质量发展的决心与智慧。

此次消费季的亮点,在于“巧”与“实”的深度融合。其“巧”在于借势而为,精准锚定全运会、APEC峰会、元旦、春节等重要节点,将城市发展的“大事件”转化为惠民利企的“小确幸”。通过打造“跟着全运游广东”“迎峰会游广东”等特色消费场景,既为外来游客提供了深度体验湛江的窗口,也让市民在家门口共享发展红利。这种将宏观机遇与微观需求紧密结合的策划,促使消费政策更接地气,真正落到群众心坎上。

活动的“实”,则体现在真金白银的惠民举措和扎实有效的资源整合上。从针对汽车、家电、电子产品等发放“广东优品购”消费券,到启动“魅力港城,食惠来袭”餐饮消费券活动,再到鼓励企业推出叠加优惠,一系列组合拳直击民生关切,旨在降低消费成本,提升消费意愿。这些看得见、摸得着的实惠,是点燃消费热情最直接的“助燃剂”。同时,活动坚持“政府引导、市场主导”,通过搭建平台、优化服务,充分激发市场主体活力,力求形成



2025年广东文旅消费促进活动,在金沙湾滨海休闲旅游区启动。 本报记者 张锋锋 实习生 胡俊言 摄

企业得订单、民众得实惠、经济得增长的良性循环。

更值得称道的是,活动把握了消费升级趋势,注重供给端的创新与品质提升。从升级“至港之夜”等夜间消费场景,到发展“人工智能+”消费新体验;从打造“一路向南 鲜遇湛江”文旅品牌,到擦亮“中国海鲜美食之都”金字招牌,湛江正努力超越单一观光模式,向体验化、品质化、多元化迈进。这不仅是满足游客“吃住行游购娱”的基本需求,更是在塑造独特的生活方式和城市记忆,增强“来了就不想走”的吸引力。

长远来看,“冬游湛江 乐享精彩”消费季的

意义,远不止于拉动短期消费数据。它更是一次城市品牌形象的集中展示,一次服务业能级的全面检阅,一次营商环境的有力优化。通过此次消费促进活动,湛江的生态之美、人文之韵、发展之机有望被更多人看见,从而吸引更多投资、人才与游客,为城市积蓄长远发展的动能。

暖冬消费季,不应是一阵风,而应成一把火。期待湛江以此为契机,将短期的“热度”转化为持久的“温度”,让消费活力持续迸发,让城市魅力不断彰显,最终绘就经济繁荣、民生和乐、城乡共美的精彩画卷。



网购药物不能在公立医院注射

市民:请问有关部门,通过网购注射药,能否拿到雷州公立医疗机构注射?

雷州市政府:若使用网购药品,医生无法确认药品与病情的匹配度,后续若出现医疗风险,责任无法清晰界定,既无法保障您的权益,也不符合医疗规范要求。为避免因药品问题引发不可控的健康风险,暂无法提供网购药品注射服务。

市民服务热线:12345

安装燃气管道费用不在政府定价范围内

梁先生:我是经开区的居民,湛江新奥燃气有限公司安装燃气管道的收费标准里显示安装明管和暗管的费用均为100元/米,质疑该价格没有通过发改局审批。

市发展和改革委员会:湛江新奥燃气有限公司安装燃气管道费用属于管道燃气延伸服务收费,不在政府定价范围内,由经营者依法自主定价,需按规定做好明码标价工作。如涉及价格违法行为,请携带相关材料,向市场监督管理部门反映。

市民服务热线:12345

城乡居民养老保险共设9个档次

市民:想咨询城乡居民养老保险缴费政策相关问题。

雷州市政府:年满16周岁(不含在校学生),具有广东省户籍,非国家机关和事业单位工作人员且未纳入职工基本养老保险制度覆盖范围的城乡居民(含已办理港澳台居民居住证且符合参保条件的港澳台居民),可到户籍所在地镇(街)社会服务中心申请参保登记,待参保登记成功后可进行缴费。参保登记缴费档次:共设9个档次,每年180元、240元、360元、600元、900元、1200元、1800元、3600元、4800元,参保人可自主选择。

市民服务热线:12345

省内临时异地就医如何报销

市民:本人参保地在雷州,就医地在广州或者佛山,是否需要异地就医备案,出院结算时就可以报销?

雷州市政府:请备齐以下纸质版资料:1.住院发票原件、2.疾病诊断证明书或出院记录或出院小结原件、3.住院费用明细汇总表原件、(以上住院资料都需要原件盖章)4.住院人身份证、广东省银行卡复印件各一张、5.替办人身份证复印件一张。前台工作人员会对申请人的资料是否符合报销进行查阅,符合文件报销政策的,会受理资料报销,不符合报销的,会告知不符合报销原因。

市民服务热线:12345

消防设施操作员不在补贴范围内

黄先生:本人想考消防设施操作员,欲了解考取该证书后是否有相关补贴?

市人力资源和社会保障局:经查,消防设施操作员不在《广东省职业技能提升补贴(指导标准目录)》范围内,不符合职业技能提升补贴申请条件。符合《目录》范围内的相应证书具体可在广东省人力资源和社会保障厅官网查询。

本报记者 钟邦国 通讯员 陈海鸣 整理



近日,中国旅游研究院与马蜂窝在北京联合召开“旅游目的地发展创新研究合作及成果发布会”,发布《中国风物报告》,推出中国100个独特风物榜单。其中,湛江吴川飘色榜上有名。(《据湛江日报》)

四『度』拆解吴川飘色文化魅力

蔡延鹏(赤坎)

当“农历正月赏‘空中魔术’飘色巡游”跻身中国100个独特风物榜单,这份认可正是拆解吴川文化生命力的密钥。从街头巡游到国家级榜单,从传统民俗到文化名片,不妨以“精、活、远、暖”四个维度,解码吴川飘色的传承智慧,看古老民俗如何炼成地域文化金名片。

“精”是技艺的精度,藏着匠心传承的密码。这门被外国人誉为“东方隐蔽艺术”的非遗,每一处细节都彰显巧思。设计师凭力学原理构局,工艺师将“色梗”藏于花篮、兵器等道具之中,化妆师精雕角色神韵,6至12岁的小演员经悉心固定化身“空中角色”,假脚与衣饰的搭配天衣无缝。从晚清陈德珩首创四板飘色,到如今一屏十多飘的繁复造型,从木支架到融入

肖汉宁(廉江)

中国100个独特风物榜单上,湛江吴川飘色以“空中魔术”之名占据一席之地,可喜可贺。这不仅擦亮自身的文化名片,更成为解码湛江文旅发展的关键钥匙,让外界更好地读懂湛江的鲜活与厚重。

应该说,吴川飘色的魅力在于它把平凡生活变成了一种传奇。你看那正月里的巡游队伍中,孩童衣袂飘立于剑尖、花瓶之上,看似惊险却稳如磐石,这种“险中求稳”的绝技,显然藏着吴川人的巧思与勇气;巡游时数公里长的队伍、万头攒动的人群,以及表演者与行人之间的互动乐趣,构成无法复制的文化场景。由此可见,飘色成了连接过去与现在的纽带,让传统没有褪色,让乡愁有了寄托。

而独特风物的价值在哪里?重几何?毫无疑问这不只于“独特”,更在于它是城市的“文化身份证”。拿我们周边城市来说,提到顺德,你会想到美食;说到开平,你会想起碉楼。很自然的,吴川飘色

声光电的铁支架革新,代代艺人的坚守让“高精险奇巧”的特色从未褪色,这正是其上榜的底气。

“活”是创新的活力,映见文脉延续的智慧。飘色从未困于历史尘埃,而是始终与时代同频。从《唐僧取经》等传统故事,到《奥运健儿》《科技兴国》等现代题材,从年节巡游到月饼博览月、招商推介会等多元场景,飘色的舞台不断延伸。当《哪吒》卡通形象取代传统古装造型引来年轻人追捧,当喷烟、喷火等元素增强视觉冲击,这门古老艺术在创新中收获了持久生命力,也契合了榜单对“文化IP”的价值认可。

“远”是传播的广度,见证文化辐射的力量。从两次晋京登上春晚舞台,到赴香港及省内外展演,再到作为“中国华侨国际文化交流基地”的名片走向海外,飘色早已超越地域局限。此次与潮州金漆木雕、顺

让湛江有了一张辨识度极高的名片。这份独特性,源于湛江特有的地理与历史,这里既有传统故事的演绎,也有现代生活的写照。风物也是最好的“城市推销员”。当吴川飘色的影像在网络流传,“空中魔术”吸引着好奇的目光,随之而来的是对湛江的向往。这种由文化引发的关注,比任何商业广告都更有穿透力,它让旅游不再是走马观花,而是一场深度的文化对话,让“打卡”变成“读懂”。

吴川飘色入选全国风物榜单,是对湛江文化的肯定,更是一种启示:那些看似“土气”的民俗、技艺,恰恰是城市最珍贵的财富。我们要守护好这些“文化基因”,保持自己的独特与鲜活,让它们在新时代表焕发新机,展现不一样的城市面貌。

让吴川飘色“飘”得更远,让外界更好地认识飘色、读懂湛江,我们还可以做得更多。一方面,要打破“节庆限定”的时空桎梏。可构建“飘色+”生态:将飘色元素融入当地核心景区,设置常态化小型展演;开发飘色主题文创,把“空中造型”转

德美食等广东风物携手上榜,更形成了岭南文化的集体亮相。梅岭社区的飘色墙绘、传承谱系的延续,让这抹文化亮色从吴川街巷走向全国视野,成为地域文化对外表达的生动载体。

“暖”是民生的温度,凝聚族群共生的情感。正月里长达数里的巡游队伍中,锣鼓声里藏着乡愁,“小财神撒金币”的互动中满是祝福,百万观众的喝彩声凝聚着共同记忆。老艺人传授技艺时的耐心,年轻人加入道具制作的热忱,孩童登台前长辈的叮嘱,让飘色早已超越艺术本身,成为维系社群情感的纽带。这种扎根民间的温度,正是其能引发广泛共鸣的核心。

吴川飘色此次上榜,不仅是对一门非遗的认可,更是对地域文化传承智慧的肯定。当这抹“空中亮色”持续闪耀,吴川的文化基因必将在坚守与创新中愈发鲜活。

化为可带走的冰箱贴、折扇等纪念品;联动研学市场,开设飘色制作体验课,让青少年感受传统技艺的精妙。通过场景延伸与产品创新,让非遗从“一时之景”变为“全域可见”。另一方面,以飘色为支点撬动全域旅游,做好“串珠成链”的文章。湛江拥有红树林、观海长廊等生态资源,以及海鲜美食等特色标签,飘色恰好能成为串联这些资源的文化纽带。可设计“非遗+生态”精品线路,让游客充分感受美景、美味以及体验飘色制作;将飘色与雷州石狗、遂溪醒狮、廉江红橙等本土文化符号整合,打造辨识度更高的湛江文旅IP矩阵。当然,我们还可以在配套保障与价值延伸方面下功夫,推动飘色文化与产业深度融合,让这份文化遗产既成为“引流密码”,也成为“增收引擎”。

吴川飘色不仅是一项技艺,更是一座城市的文化自信。有了独特风物这份荣誉,相信本地人更能找到精神家园,外地人更能爱上这座城,也相信湛江的故事,借由这些流动的文化符号,传得更远、更久。