



2025年 评价透明度报告



2026年3月发布

目录

前言

第一章 点评评价生态共建成效

- 4.5亿条真实评价，构筑消费决策信任基石 01
- 筑牢规则根基，深化规则共建 03
- 审核体系升级，AI驱动提质增效 05
- 违规商户、违规用户双向治理 08
- 三位一体司法协同，点评打击线下顽疾 11

第二章 新导向牵引行业回归经营本质

- 关注行业痛点，共识共建新导向 13
- 全面推行新导向，广泛宣推增强理解 15
- 商户回归经营本身，干预评价行为缓解 16

第三章 优化评价体验，激发用户真实分享

- 上线全民监督机制，专项打击写评骚扰 18
- 上线便捷写评工具，降低内容创作门槛 19
- 举办评友节活动，增强社区归属感 20

第四章 优化营商环境，助力商户发展

- 评价健康度诊断，合规经营有方向 21
- 异常评价拦截，护航商户经营 22
- 评价沟通协商，澄清化解误解 23
- 构建全域宣导体系，指引合规长效经营 24

结语

前言

欢迎阅读我们最新的评价透明度报告，今年是我们发布此报告的第2年，这既是大众点评践行信息公开、开展坦诚沟通的持续深化，也标志着我们正式将评价透明度报告确立为点评年度化、体系化、全域化的信息公开机制。

当前，数字经济深度融合民生消费领域，信息公开体系建设与信任生态培育，已成为驱动本地生活行业高质量发展的关键支撑。在线评价已突破消费决策参考的单一功能属性，成为连接广大用户与商户的重要信任纽带，不仅深刻影响品牌口碑塑造，更关乎行业生态的良性发展。

大众点评深耕本地生活领域，始终谨记和践行“帮助大家发现好去处”的初心，我们珍视每一条评价承载的真实体验与真诚分享，致力共建真实可信、公平公正、健康有序的评价体系。

这份报告，是我们对过去一年评价生态治理和体验优化工作的全面总结与公开披露。我们将以持续的创新举措与务实的治理行动，不断探索更具公平性、前瞻性与人文温度的治理路径。

大众点评公信力团队

第一章

点评评价生态共建成效



4.5亿条真实评价 构筑消费决策信任基石

2025年，大众点评App累计收到近 **4.5 亿** 条用户评价；
评价覆盖境内外近 **902.9 万** 家商户；
用户通过文字表达感受的同时，也提交了近 **10.2 亿** 个图片/视频，
生动还原真实体验。

用户可基于自身真实体验，
从产品品质、消费环境、服务水平等维度，对商户开展评价。
评价覆盖超 **400** 种商户类型，广泛渗透本地生活所涉行业。





当用户尝试新餐厅、预订酒店或选择医美服务时

**大众点评依托海量真实评价与口碑精选榜单
帮助用户找到、发现并体验真实世界的美好**

案例一

- 2025年底，赴北京求职的年轻女孩小陈在点评上看到一家店推出8.9元的酸汤米线套餐，抱着试一试的心态前往，没想到商家热情招待了她。用餐后她留下评价：“物超所值；希望下次再来有钱点别的套餐支持。”商家很快回复，告诉她套餐不限使用次数，并送上真挚祝福。这条“双向奔赴”的评价打动不少人，有人专程前往，只为亲身感受这份善意。



● 小陈在用餐后为商家留下的真挚评价

案例二

- 北京白领刘女士第一次到泉州旅游，在众多门店中纠结了很久，最后决定尝试一家上了必玩榜的簪花写真。商户自己有单独的院落拍照，省去了满大街找拍照点位的麻烦，让刘女士收获了满意的旅拍。“旅拍店很多，原本担心踩雷，结果事实证明选择必玩榜完全正确！”发榜后，商户在点评流量增长超一倍，越来越多游客因为有了榜单做参考，得以在陌生城市解锁地道文化体验。

筑牢规则根基 深化规则共建

为保障评价体系的客观公正，维护公平有序的平台经营秩序，切实保障用户与商户的合法权益，大众点评依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国电子商务法》等法律法规，以及用户服务类协议或规则、商户入驻类服务协议或规则等平台文件，制定评价治理规则：

《大众点评评价总则》、《大众点评商户评价诚信管理总则》、《大众点评用户评价诚信管理规则》、《大众点评商户评价投诉管理规则》、《大众点评大众评审规则》、《大众点评违规评价管理分则》、《“骚扰用户扰乱评价秩序”违规处置细则》，在规则中心公示发布。

同时，大众点评紧密贴合行业发展趋势，对评价规则开展持续迭代。



● 美团规则中心-评价规则专栏

大众点评倡导用户发布基于真实消费体验、具有决策参考价值的评价，明确评价发布需恪守四大核心准则；如违反，平台将视情形采取包括但不限于屏蔽语音、不予展示、折叠展示、不纳入星级计算等措施。



合法合规

严格遵守国家法律、行政法规、部门规章、国家政策方针、相关监管机关要求及或指示、平台规则等相关规定，不得包含政治敏感、淫秽色情、暴力恐怖等违法违规信息，不传播违背社会公序良俗的内容。

案例  用户小王在某按摩店下发布了一条评价，评价内容包含大量淫秽或色情内容。



真实性

基于本人真实消费或体验撰写，反映客观实际情况，禁止虚构体验、受利益诱导写评、抄袭他人内容等行为，商户亲属、员工等利益相关方不得发布偏向性评价。

案例  餐饮店老板老李为增加店铺在大众点评上的好评数量，使用自己的账号在自家商户页面下发布好评。



有用性及关联性

与商户产品、服务、环境等核心维度直接相关，聚焦具体体验细节展开描述，为其他用户消费决策提供参考价值。

案例  用户陈某在某KTV下发布含有广告信息的评价，在评价内容中明确提及个人微信号，意图引导用户添加联系方式，推广个人业务。



包容友善

秉持理性文明原则表达观点，不得包含中伤、诽谤等人身攻击内容，不泄露他人隐私信息，不通过刷评等方式干扰评价秩序。

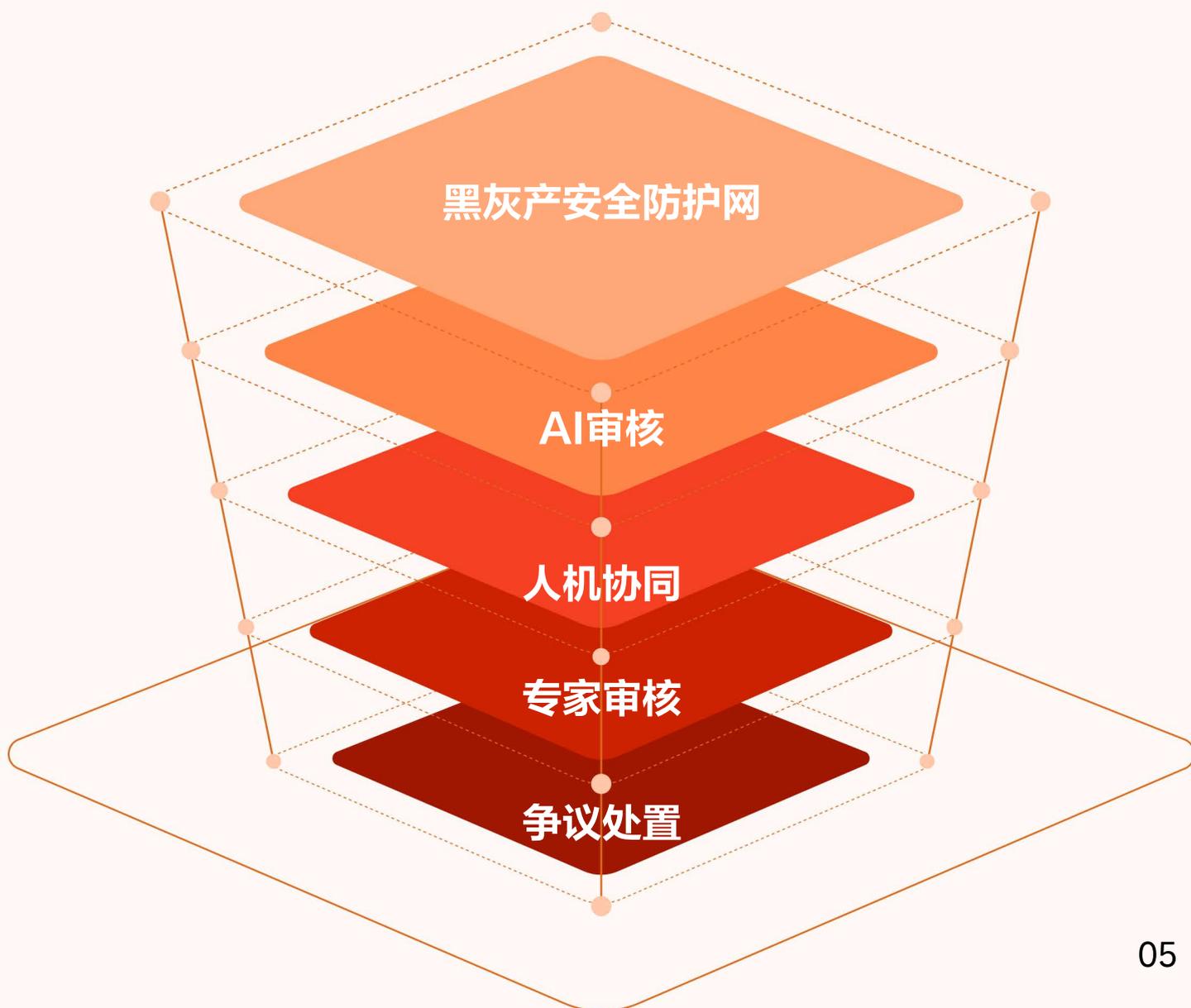
案例  用户小赵因与某餐馆发生纠纷，为发泄个人情绪，在该商户下连续发布含有侮辱性词汇的评价，评论内容涉及对餐馆服务员的贬低和辱骂。

同时，创新推出“**点评众议厅**”，针对高频争议规则与典型案例，面向公众发起专题讨论，充分吸纳公众智慧，基于众议厅形成的共识，迭代相关规则与处置标准。让规则更贴合真实消费场景、契合社会公众认知，持续推动评价生态的社会共治。

审核体系升级 AI驱动提质增效

依据评价展示规则，大众点评对评价实施系统化审核。2025年，大众点评将原有的四道安全防线升级为“黑灰产安全防护网—AI审核—人机协同—专家审核—争议处置”五道安全防线。

99.9% 的新增评价能在提交后次日24点前完成最终研判
累计审核并处置违规评价 **2557.2万** 条



01 黑灰产安全防护网

大众点评在注册、登录、浏览、交易、写评等多个环节层层布控，通过精准识别机器批量操作、虚假注册账号、虚假刷屏、违规炒作等黑灰产风险行为，从源头阻断黑灰产的滋生。

02 AI审核

针对事实清晰、场景明确的违规评价，大众点评通过自研B端AI大模型对评价内容及风险信号实现自动化识别与批量拦截，提升治理效能。

03 人机协同

针对语义模糊、边界不清的评价，通过具备深度语义理解、上下文关联分析能力的智能审核辅助，结合人工深度研判，弥补单一审核局限性，实现复杂场景的高效协同。

04 专家审核

针对风险界定高度模糊、场景具特殊性的疑难杂症，由资深审核专家开展深度研判，确保复杂案例处置的公平性与准确性。同时，专家研判案例也会进一步反哺AI模型优化。

05 争议处置

持续构建高效透明的投诉响应机制，为用户和商户提供客服热线、在线自助投诉等反馈通道，全年共受理并处置争议评价超350万条，99.9%的投诉在收到后48小时内完成调查与裁决。

同时，依托大众评审，拓宽评价争议的社会共治。2025年，大众评审路径累计解决评价争议 **92.6万** 起，有 **251.5万** 名点评用户作为评审官参与投票。

在人工智能技术高速发展的时代趋势下，大众点评全面推进AI审核模型的专项研发与迭代，聚焦评价治理领域的细分场景痛点，构建精细化的识别处置能力，以技术创新突破治理瓶颈。

同时，持续强化对AI生成内容的识别与处置能力，对非真实消费体验、批量机器生成、内容空洞、高度同质化等AIGC评价，开展综合治理。

全年累计处置违规AIGC评价 **1161万** 条

坚决筑牢评价生态的真实性底线，保障用户消费参考信息的真实可信

● AIGC评价治理



✘ 内容空洞

✘ 批量机器生成

✘ 非真实消费体验

✘ 高度同质化

违规商户 违规用户双向治理



违规商户治理，维护公平竞争

2025年，大众点评持续深化商户治理，对虚假刷评、招募用户写不真实好评、替代用户写评、要求用户写评并引起反感等破坏评价真实性的核心违规行为进行治理打击。

依据违规情节严重程度，实施阶梯式治理处置措施：对首次违规或情节轻微的商户，以合规预警、宣教纠偏为核心手段；对多次违规、屡教不改或情节恶劣的商户，执行扣除商户评价诚信分、星级扣减、商户页公示等系列处置。同时，完成违规通知页面的迭代升级，通过结构化展示违规信息、清晰化阐释处置依据，进一步提升评价治理的透明度。



全年累计对超 **71.2万** 首次/轻微违规商户进行警告与纠正
对超 **8.7万** 违规商户执行处置

累计扣分	处置措施							
	排序降权	禁止上榜	禁止内容分发	商户星级隐藏	商户页公示	处罚期内所有评价不展示	清空部分评价	中止与平台的商业合作
2分	7天	7天						
3分	7天	7天	7天	7天	7天			
6分	30天	30天	30天	30天	30天	30天		
9分	90天	90天	90天	90天	90天	90天	永久	
12分	180天	180天	180天	180天	180天	180天	永久	180天

● 诚信分累计扣分及其处置措施



榜单专项治理，让每一份荣誉都经得起检验

对“必吃榜”、“必玩榜”、“必住榜”开展严格治理，贯穿评选、公示与上榜全链路，确保榜单真实可信。

- **评选阶段** 因不满足“评价真实可信”标准被取消资格的商户比例为：必吃榜近30%、必玩榜近10%、必住榜近5%。
- **公示阶段** 因未达到“长期稳定体验佳”的标准，出现干扰评价秩序、品质下降或冒用身份等问题而最终未上榜的商户共71家。
- **上榜阶段** 持续开展动态管控，从停业、缺少相关证件或营业资质、出品或服务品质下降等维度持续监测治理；此期间下榜商户数：必吃榜26家、必玩榜108家、必住榜2家。



对冒用榜单荣誉、扰乱经营秩序行为进行全面治理
 处置必玩榜违规宣传图 **4159 张**，处置必吃榜虚假宣传案例 **299 例**
 配合警方捣毁 **2 个** 奖牌制假工厂

全方位打击榜单荣誉冒用乱象，维护经营秩序，保障榜单真实可信。



违规用户治理，遏制恶意行为

2025年，持续推进违规用户专项治理行动，并上线“恶意行为报备”机制，打通反馈渠道，周接收用户违规线索超3200条，针对用户的不真实差评、差评恶意勒索等行为开展集中治理。

依据违规情节严重程度，实施阶梯式治理：对首次违规或情节轻微的用户，以合规预警、宣教纠偏为核心手段；对多次违规、屡教不改或情节恶劣的用户，执行限权和扣分等处置措施。

全年累计对近 **78.4万** 首次/轻微违规用户进行警告与纠正

对近 **16.6万** 违规用户执行处置

其中对Lv6-8等级用户警告近 **4.2万**，处置超 **870名**



● 恶意行为报备图路径

三位一体司法协同 点评打击线下顽疾

大众点评建立了“民事追偿、行政举报、刑事打击”三位一体的打击体系。通过线索深挖、固证和诉讼，全面追究刷单炒信、差评勒索等黑灰产行为的法律责任，将治理行动延伸至司法打击领域，用法治手段捍卫生态公平。

【全年打击案例民事62起，行政打击4起，刑事打击3起】

民事打击案例

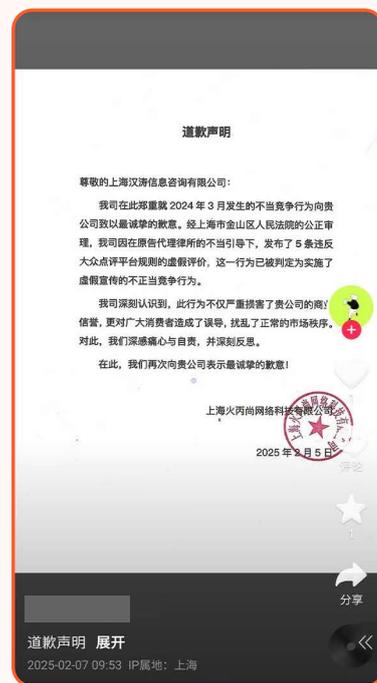
- 在“上海火丙尚网络科技有限公司”案中，主张其独资股东承担连带赔偿责任，获法院胜诉判决并登报公开道歉，案款已全部执行到位。

行政打击案例

- 对“上海大脑袋文化传媒有限公司”、“无锡大脑袋网络科技有限公司”的刷单炒信行为，推动行政部门对其处以数万元罚款；
- 对“老朴家铁锅炖”同行的差评攻击行为，推动行政部门对其法人处以数万元罚款，快速制止不正当竞争。

刑事打击案例

- 对“吉林长春王某”以差评威胁勒索上海商户的案件，协同上海警方跨省调查，最终对嫌疑人采取取保候审刑事强制措施，有效阻断其继续作案的可能。



- 上海火丙尚网络科技有限公司在社交媒体公开道歉

大众点评持续创新治理模式、升级治理手段，相关治理举措与实践成果，获得上海网信办和四川省高院的认可。

 针对某技术公司组织“刷单炒信”的违法行为，联合四川省保护消费者权益委员会提起全国首例消费民事公益诉讼。

四川省高院“315”典型案例



- 案件获评四川省高院“315”典型案例

 深入开展网络水军治理工作，在识别、打击虚假评价和虚假涨粉治理等方面持续创新，全面打击网络水军。

上海网信办“优秀创新案例”



- “全链条打击网络水军”专项治理获上海网信办“优秀创新案例”

第二章

新导向牵引行业回归经营本质



关注行业痛点 共识共建新导向

2025年上半年，大众点评洞察到“评价内卷”现象日益突出，体现在三个方面：



出现部分诱导好评风险。店内“赠菜换好评”在一定范围内成为行业惯例，商户通过利益交换干预评价真实性。评价从真实体验的分享，逐渐异化为运营技巧的比拼，对消费者的参考价值随之下降。



过度邀评影响用餐体验。消费者频繁遭遇刚入座就被索要好评、用餐过程中多次被打扰、甚至被查验评价结果等场景。用餐体验被干扰的同时，消费者被迫在“被骚扰”和“给好评”之间做选择。



部分商家星级评分受到质疑。当部分商家的评价由技巧堆砌，消费者依据其星级评分做出的决策往往与实际体验存在落差，评价体系的有效性受到挑战。

用户原声

和朋友去吃个饭，刚落座菜还没上，服务员就让我写好评，吃饭过程中来要好几次，挺打扰的。

在点评上看到4.8分的餐厅，结果去了以后服务员说一条五星好评就送一扎果汁。



“每个店安排一个人专门做评价，还要送出去十几份菜。我十几家门店一个月就是十几万。

我们这种主厨出身的餐饮老板，每天就在琢磨食材和菜品。现在有同行靠做评价把分数冲的很高，对我们挺不公平的。”

06月

大众点评着眼于行业的长远健康发展，通过商家走访、调研洞察到“评价内卷”现象加剧，行业发展逐渐偏离“做好产品和服务为核心”的经营本质，6月率先启动旨在牵引行业回归经营本质、良性竞争发展的新规研制工作。

点评主动发起和组织召开商户恳谈会，与商户代表深度探讨评价相关经营痛点，共建提出**“反评价内卷，回归初心，做好产品和服务”新导向**。



新导向旨在牵引餐饮行业跳出“拼促评、卷好评数量”的消耗战
回归“做好每一顿饭、服务好一位顾客”的经营本质
让认真经营的商户被看见，用户放心找对店

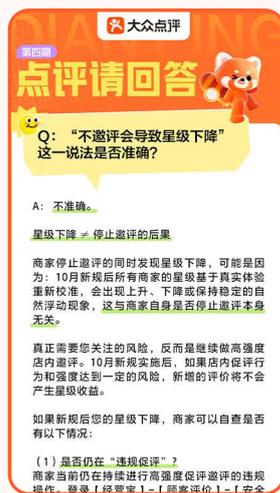
大众点评商户恳谈会

美团 大众点评

全面推行新导向 广泛宣推增强理解

08月 在南昌、石家庄、长沙等城市推进新导向试点。携手餐饮商户“反评价内卷”，回归“做好产品和服务”的经营本身，共同提升消费者体验。

10月
12月 在全国推进星级评分体系升级，迭代“店内促评邀评”识别及治理机制，在新导向下，当商户被识别到处于高强度促评时，新增的评价将不产生星级收益。大众点评发布官方解读视频，解答商户最关心的问题“为什么会有新规？”、“新规是什么？”、“新规下该怎么做？”；同时，系列图文课程在官方视频号、美团经营宝App等渠道上线，从规则解读到运营建议，帮助商户理解新规，有序经营。



● 新导向官方解读视频及系列图文课程



● 2025年11月，窄门十周年暨全球华人餐饮大会解读新规

● 2025年12月，餐饮数字化赋能峰会解读新规

商户回归经营本身 干预评价行为缓解

新导向推行半年后，降星商户 **31万** 家，升星商户 **32万** 家，靠过度促评堆砌的高分回落；高强度促评商户数下降 **42%**，用户对于点评评价真实性负反馈下降 **27%**，评价内卷行为得到有效改善。我们欣喜地看到，当“刷分”不再奏效，商户们开始从评价焦虑中解脱，重新把精力投向菜品和服务。



● 新规下，商户把经营重心转移回菜品和服务上，不再陷入无效的“评价内卷”。

商户原声



最近星级一下就上去了，后来才知道是因为我们一直不太促评。点评近期的调整也是围绕着“公平、公正、公开”，公平是让我觉得即便我输，我也输得服了。商家回到了最初做餐饮的状态，就是一切都围绕着菜品、服务。



肯定是更公平了。以前很多商家卷评价、不停地促评邀评，对我们这种不促评价的商户是一种打击。新规之后我们整体还是涨星的，长期来看是好事情，给我们商户良好的经商环境。



一年前就停止了促评邀评，评分没有下降反而变高了，把本质完完全全反映到（评价）上面，消费者选择效率就变高了，这样好的商家能获得更高的流量，更高的星级，觉得（星级评分体系升级）是一件特别好的事情。

用户原声

@食话实说： 感觉大众点评越来越靠谱了...终于找到心心念念已久的味道。

@bbb： 说实在的，这个看点评还得是大众点评，他的这个评分是比较准确的，没啥毛病。

@田小熊： 来尝尝一家新开的店，装修很雅致，服务人员也不错，很热情...真是不错！大众点评越来越靠谱了！



第三章

优化评价体验，激发用户创作



上线全民监督机制 专项打击写评骚扰

大众点评高度重视用户评价创作体验，始终将保障用户真实表达权作为评价治理的重要环节。2025年3月，大众点评召开作者恳谈会，与用户深度沟通、定位用户在评价创作中的核心痛点，包括“未体验前就被要求写评”、“写评过程中频繁被干扰”、“评价后因商户不满遭遇二次骚扰”等问题。

用户原声

“这个店我打了3.5，（店长）说总部对他要求是4星以上，3.5他就要被扣分了。”

“写评价后写差评遭骚扰，虽然我匿名了，但还是收到过差评，第一种是短信，第二种是电话。”

“和朋友去玩密室感受不太好打了两分；官方人员就发一些阴阳的话，变相想让我删除评价。过了两三天之后，商户看我们无动于衷，把我们的监控扔到一个500人的大群，发动消费者来我们评价下回复。”

针对上述用户痛点，点评快速推出**“全民监督机制”**，在App上线“利益诱导好评”与“差评骚扰”举报入口；并建立主动回访机制，实现对违规行为的精准发现和有效处置。专项上线后，仅“五一”期间就有近700家商户因被举报“差评骚扰”进入复核，确认违规者均受到处置。

同时，点评持续强化差评骚扰全链路治理，通过开展商户合规宣导、加强隐私安全保护、加大违规行为处置力度等多重举措，全方位提升用户写评安全感，从源头保障评价内容的真实性与客观性。

全年累计帮用户拦截差评骚扰超 **290.8 万** 次，累计警告或处置商户 **8.1 万** 家。

上线便捷写评工具 降低内容创作门槛

大众点评致力于通过产品创新降低创作门槛，简化创作流程，激发用户创作分享热情，鼓励更多用户留下真实、鲜活的评价。

6月，上线“**语音评价**”功能，打破文字创作的限制，让用户能以更便捷的语音形式分享消费感受。



● 语音评价功能图示

举办评友节活动 增强社区归属感

在保障创作安全、完善创作工具的基础上，大众点评通过开展有温度的运营活动，构建“鼓励分享、认可价值”的社区氛围，持续激发用户的内在创作动力。

举办第三届“评友节”，以年度回忆、限定周边等情感化设计，赋予写评价以仪式感和归属感。

活动整体访问量超 **3000 万** 次，期间产生的评价打卡量超过 **1700 万** 次，成功将用户个体的消费记录凝聚为社区的集体记忆。



第四章

优化营商环境，助力商户发展



评价健康度诊断 合规经营有方向

过去，许多商户经历着“违规后才知道”的被动局面，往往“不清楚规则”、“不清楚风险”、“不清楚整改方向”。

“评价健康度诊断”功能旨在对商户合规经营多维数据进行动态分析，将评价规则转化为清晰可视的经营健康指标。评价健康度诊断包括“评价风险、店内评价、用户反馈、评价保护、不当语言、评价投诉和评价回应”七个维度，诊断结果根据商户最长过去90天的行为，与所在城市/行业的其他商户比对后得出，每日更新。帮助商户实时感知风险、自主优化经营动作。

2025年，该功能累计覆盖商户量超 **909万** 家。



● 评价健康度诊断功能示意图：评价风险维度、用户反馈维度

餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 评价工具 — 安全中心 — 健康度诊断页

非餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 评价 — 安全中心 — 健康度诊断页

异常评价拦截 护航商户经营

恶意评价、未体验评价等异常评价是商户经营中面临的突出困扰。

“异常评价拦截”功能通过大数据智能识别出用户的异常评价，并自动拦截处置。异常评价拦截功能覆盖“违法违规侵权评价、恶意评价、不当评价、未体验评价、反复评价、评错商户评价、内容星级矛盾评价、围观评价”八大场景，已拦截的异常评价将被折叠或屏蔽处理，且不计入商户星级计算。

2025年，该功能累计拦截异常评价近 **405 万** 条，保护商户量超 **161 万** 家。



● 异常评价拦截功能示意图

餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 安全中心 — 护店小卫士 — 异常评价拦截页

非餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 评价 — 安全中心 — 异常评价拦截页

评价沟通协商 澄清化解误解

实际运营中，部分评价因信息不对称而产生误解，如走错门店或体验细节不清，用户写下与实际情况有偏差的评价。直接投诉或私下联系，常难有效解决问题。

“评价沟通”功能旨在通过规范化流程促进沟通，减少因私下沟通引起矛盾升级，帮助化解商户和用户间因信息差或情绪化表达引起的误会。评价沟通的适用场景覆盖“顾客写错门店、评价涉及隐私、描述与星级不符、部分用词或图片不当、线下体验有误会”五大场景，每条评价在产生后的7天内，拥有1次发起沟通的机会。

2025年，该功能累计沟通评价量超 **8.3万**，使用商户量超 **6.3万**。



● 评价沟通功能示意图

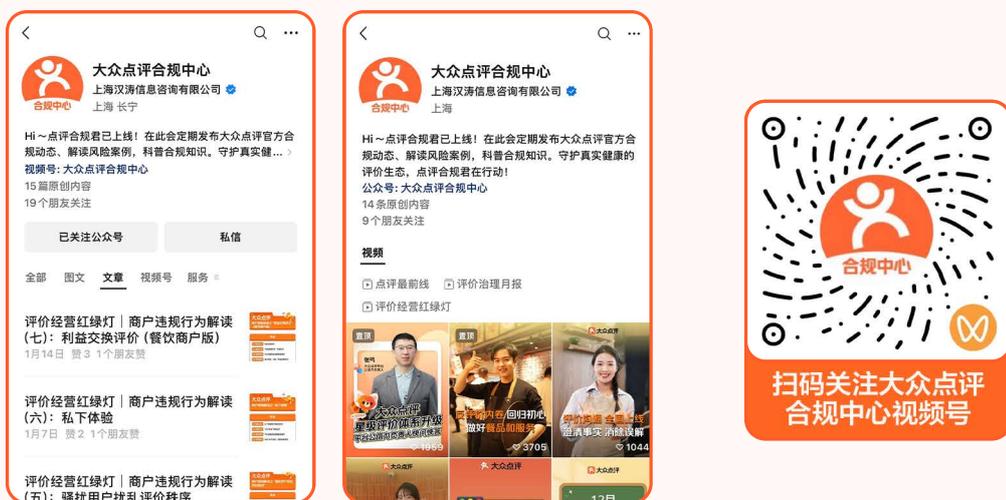
餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 评价管理 — “沟通”按钮

非餐饮商家：美团经营宝App工作台 — 评价 — “沟通”按钮

构建全域宣导体系 指引健康长效经营

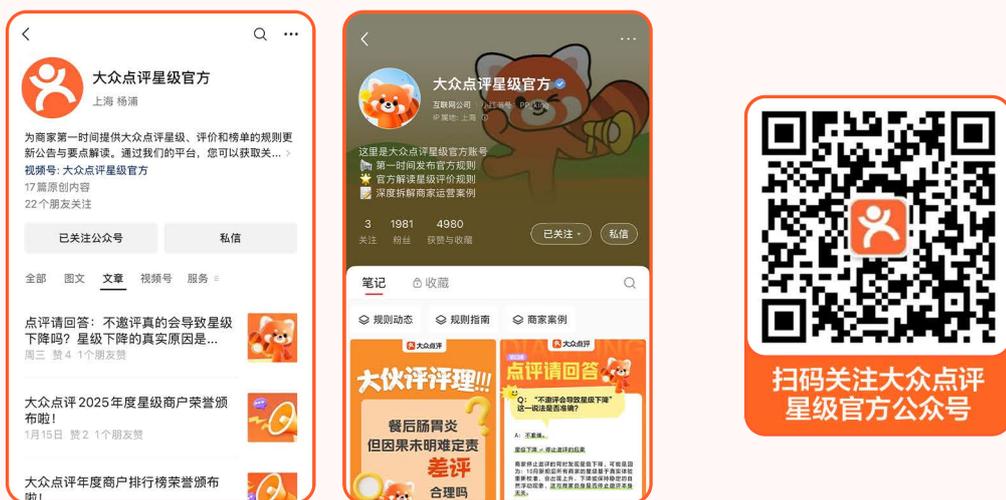
2025年，大众点评全面构建商户合规宣导体系，通过精细打磨规则解读内容、多渠道传递规则动态，为商户明晰评价合规经营边界，助力商户长效健康发展。

推出“大众点评合规中心”公众号、视频号，作为合规宣导核心阵地，分享评价规则动态，解读风险案例，科普合规知识。



● “大众点评合规中心”公众号、视频号

推出“大众点评星级官方”公众号、小红书号，作为星级主要宣导阵地，聚焦分享星级、榜单相关规则和动态。



● “大众点评星级官方”公众号、小红书号

★ 推进大众点评星级评价规则在商户经营路径的全覆盖，实现合规指引与商户日常经营场景深度融合，让商户随时随地获取所需合规知识。

★ 商户可在美团规则中心-规则解读专栏，美团经营宝App内的安全中心-合规讲堂、必知规则、餐饮课堂、商家培训、免费试频道页-商家课堂-星级评价规则、美团餐饮观察视频号等渠道获取大众点评评价规则解读系列课程。



● 美团规则中心-规则解读专栏



● 美团经营宝App内安全中心-合规讲堂



● 美团经营宝App内餐饮课堂-星级官方规则百科

结语

2025年，
我们全面升级评价治理体系，优化用户和商户体验，
以新导向凝聚生态共识，深入推进行业可持续发展。

感谢这一年，
用户、商户及合作伙伴们的信赖与支持，
评价生态的持续向好，离不开大家的监督和共治。

展望新一年，
我们将秉持“以客户为中心，长期有耐心”的理念，
坚守初心、笃行不怠，帮助大家持续发现好去处。

