



柳下谈

为了保证这个倡议能够坚持下去,相关部门在鼓励更多社会单位参与的同时,更要做好推动工作。接下来,相关部门不妨给承诺单位制作专门的标识,并配上监督热线。这样既方便市民辨识,也能推动承诺单位主动承担社会责任和义务。

“开放厕所”既要倡议,更要推动

齐鲁晚报·齐鲁壹点
评论员 朱文龙

4月8日,青岛市城管办、市文明办联合发出《让“方便”更方便,社会单位厕所(卫生间)对外开放倡议书》,鼓励符合开放条件的沿街公共机构(党政机关、企事业单位)、服务窗口、餐厅宾馆及其他商家店铺等,主动承担社会责任和义务,在工作(营业)期间将单位内部卫生间免费对社会大众开放,供市民和游客使用。

随着城市规模的扩大与人口的增长,现有公厕数量不足、分布不均匀的问题,日益凸显。“如厕

难”成为不少人曾经历过的尴尬。在这种背景下,青岛鼓励符合条件的社会单位开放厕所,既给市民打开了方便之门,又展现了为民服务的真诚。这种做法值得称赞。

据报道,倡议发出后,社会各界踊跃报名。截至目前,共有279家单位报名加入社会单位卫生间免费开放行列,为市民和游客提供更加方便温馨的如厕体验。在首批社会对外开放卫生间名单中,各级党政机关、社区、党群服务中心有107个;企事业单位106个;餐饮酒店、沿街商家等66个。

在这其中,公共机构的积极参与引发了人们的关注。虽说党政机关、企事业单位对外开放厕所,并不是什么新鲜事。但是像青岛这样,党政机关与企事业单位成为“主力军”的情况却并不多见,这种现象无疑值得肯定,彰显了青岛打造开放性、服务型政府的决心。

接下来,摆在相关部门眼前的问题是,这项倡议如何长期坚持下去。

虽然在2018年3月,住建部发布专门文件,要求城市街道周边机关、企事业单位、服务业窗口等单位都应该对外开放厕所,服务

社会。可当市民真有内急要借用机关内部厕所时,却常被种种借口拒之门外。去年发生在北京市丰台区的“一男子称借用民政局厕所被拒”事件,就是典型的例子。

出现这种现象,可能有多种原因。一些单位对于对外开放的必要性缺乏应有的认识,一些单位虽然认识到了对外开放的必要性,但因为怕“麻烦”而不愿付诸行动。毕竟,对公众开放厕所涉及很多问题,需要投入一定的人力物力财力,甚至还要承担不少“额外”的风险。

公共机构内部厕所向社会开

放,是再正常不过的要求,其能否实现,更多取决于开放的意识 and 态度。当前,各地均将城市形象塑造、传播作为一件大事来抓。公共机构从群众需求着眼,提高服务意识,开放公共资源,或将起到事半功倍的效果。

另外,为了保证这个倡议能够坚持下去,相关部门在鼓励更多社会单位参与的同时,更要做好推动工作。接下来,相关部门不妨给承诺单位制作专门的标识,并配上监督热线。这样既方便市民辨识,也能推动承诺单位主动承担社会责任和义务。

“最火五一黄金周”要防止“低价游”卷土重来

来论

□江德斌

“五一”假期即将到来,据多个在线旅游平台统计,此次假期预计将有2亿人次出游,旅游市场真正迎来了大爆发。但就在近日,包括江苏、山西及武汉等省市市场监管部门及消费会接连发布“五一消费提示”:严防低价旅游陷阱。

随着疫情好转,国内旅游市场迎来转机,加上“史上最火五一

黄金周”助力,旅游市场将重现繁荣景象,但与此同时,“不合理低价游”也开始死灰复燃,想趁机捞一把。众所周知,“低价游”属于违规违法行为,严重侵害消费者合法权益,破坏旅游市场秩序,毁坏口碑和信誉,各地应及早提防,警惕“低价游”借机卷土重来,妨碍“五一”旅游市场恢复发展。

“低价游”是旅游行业的痼疾,长期以来,部分旅行社以“低价游”为幌子,诱惑游客跟团出游,再通过强制购物、途中加价、办卡卖货等方式赚钱,容易诱发消费纠纷,甚至上演口角、肢体暴力等。近期,各地发生多起旅游纠

纷事件,诸如某导游怒骂游客“骗吃骗喝,你们投诉我试试”、某地导游怒怼游客称“孩子没死就得进去购物”等,都是因“低价游”强制购物引起的纠纷、冲突。

我国《旅游法》第三十五条明确规定,“旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。旅行社组织、接待旅游者,不得指定具体购物场所,不得安排另行付费旅游项目。”此前,各地针对“低价游”“零团费”等现象,展开了清理整顿工作,取得了一定的成效,违法违规现象遭到打击,旅

游行业乱象得到遏制。

但是,“低价游”并未彻底禁绝,一直在暗中潜藏着,非法兜售行为转移到微信群、直播等渠道,偶尔网络上也会曝光类似丑闻。在疫情暴发后,国内旅游市场遭到重挫,从业者经济损失惨重,部分旅行社、导游又动起了歪脑筋,想借着旅游市场复苏、政府刺激消费的机会,通过“低价游”诱惑游客,趁机引流、收购物回扣,达到弥补疫情损失的目的。

“史上最火五一黄金周”来临,游客出行欲望强烈,被压抑一年多的旅游市场,将迎来报复性增长,本身是一个很好的发展机

会。但是,如果放任“低价游”浑水摸鱼,不仅会扰乱市场,给游客利益造成重大损害,还可能阻碍旅游市场复苏,影响政府刺激消费的大局,不可不防。

因此,各地要未雨绸缪,严加防范,制定节日市场管理预案。对“低价游”采取“零容忍”,严厉打击强制购物、诱导办卡等行为,严格落实旅游产品最低成本价格标准,对违规者施以重罚,畅通投诉维权渠道,全力保障游客权益,让广大人民群众过一个舒适放心的“五一”假期。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

再现3600万!超级大乐透派奖第9期开出封顶一等奖

超级大乐透10亿大派奖第9期开奖,再现3600万元封顶一等奖!4月28日晚,超级大乐透第21047期开奖,前区开出号码“01、06、09、25、33”,后区开出号码“04、08”。本期全国销量为3.61亿元,为国家筹集彩票公益金1.29亿元。

追加投注获惊喜 开出1注3600万

追加投注是本次10亿大派奖的唯一门槛,3元最高可中3600万。本期超级大乐透全国共中出2注一等奖,其中1注为追加投注一等奖,获得单注封顶奖金3600万元(含派奖奖金1800万元),花落四川省眉山市。

数据显示,四川省眉山市中出的3600万元一等奖中奖彩票为一张投注金额6元的追加投注票。这是继超级大乐透第21042期开奖后,10亿大派奖期间开出的第2注3600万元单注封顶一等奖。



此外,还有1注为1000万元基本投注一等奖,花落天津市。

二等奖派奖750万元 固定奖派送1919万元

据统计,本期二等奖开出74注,单注奖金为23.68万余元;其中44注采用追加投注,每注多得追加奖金18.94万余元,根据10亿元大派奖规则,还将多得二等奖派奖奖金17.04万余元,追加后,二等奖单注总奖金为59.67万余元。

由此可见,追加投注作为“揽奖利器”,为购彩者带来了更多实惠和惊喜。派奖期间,在2元基本投注的基础上,购彩者多花1元钱,中得一等奖和二等奖时不仅可多得80%的追加奖金,还可收获派奖奖金。

固定奖方面,本期共派送奖金1919万元。

下期一等奖派送2200万元 奖池8.12亿元

按照超级大乐透10亿元大派奖规则,本期2000万元一等奖派奖金额剩余200万元,顺延滚入下一期,下期一等奖将派送2200万元;本期750万元二等奖派奖金额全部派送完毕,下期将继续派送750万元;本期固定奖共派送1919万元,余额2.07亿元。

超级大乐透10亿元大派奖火热进行中!体彩史上力度最强派奖,追加投注即可参与,所有奖级都派奖,3元最高可中3600万,多重亮点吸引了广大购彩者的注意,再掀彩市狂欢。同时,各省市也陆续推出“加码”活动,送出各种实惠精美的礼品,为派奖再添一份热度。

购彩者每花2元钱购买1注超级大乐透,就有0.72元成为彩票公益金,超级大乐透感恩公益有你,10亿倾情奉献好礼,邀您共享欢乐盛宴,精彩不容错过!

“母女档”!临沂这位“小棉袄”陪母亲领走7星彩500万大奖

近日,山东省体彩中心迎来了两位漂亮的女士,说是来兑取7星彩500万元大奖。一问,原来这是母女俩,真正的大奖得主是这位妈妈王女士(化姓),自己的“小棉袄”陪着她来兑奖了!

4月9日,体彩7星彩第21039期开出号码为070284+14。当期全国中出的1注头奖落入山东省临沂的王女士手中。中奖彩票为一张5注10元投入的单式票。

“我购买体育彩票属于比较随性的类型,有时候出门看到体彩实体店就会去买一些,并不是期期都买,而且每次投入都不多,比较注重理性购彩,当作生活的调剂。”王女士介绍说,她现在已经退休,每天在家莳弄一下花花

草草,晚上喜欢和家人出去散散步、溜溜弯。4月9日这天,已婚的女儿回家陪她老两口吃饭,晚饭后就和女儿去离家不远的超市转了转,买了点生活用品。回家路上,经过一家体彩店时,就和女儿进体彩店里坐了一会儿,休息一下。问了问销售员,说是今天7星彩开奖,王女士就机选了5注7星彩的彩票,和女儿回家了。

“我知道中奖还非常偶然,第二天去市场买菜,路过昨天购彩的那家体彩店,看到挂出了‘恭喜本店中出7星彩500万大奖’的横幅,想起昨天和女儿一起买了一张7星彩的彩票,回家后再对一下自己的号码,惊喜地发现正是自己!”

说起这次被大奖砸中,王女士表示自己真

的非常幸运,匆匆忙忙地机选了5注,竟然就中奖了!以前觉得自己离大奖很远,没有想到幸运发生在自己身上。“到现在还觉得自己在梦中一样,所以就让女儿陪自己来兑奖了,女儿年轻,见过世面,要不我自己来领奖自己的‘小棉袄’也不放心啊!哈哈!”

说到今后奖金的用途,王女士说,现在还没有规划好,回去以后全家要坐下来认真商量商量这钱怎么花,看看能不能用自己的方式帮助一些需要帮助的人!

王女士用多年的坚持,终于收获了自己的幸运。7星彩就是这样,每一次尝试,都可能给你带来不一样的惊喜。坚持购彩,理性投注,也许幸运就会与我们不期而遇。

(葛运伟)

