

公交车体的人流广告惹人烦

一些市民最怕孩子指着广告问“什么是无痛人流”

本报聊城6月10日讯(记者张召旭)“妈妈,什么是无痛人流?什么是不孕不育啊?”当孩子指着一些公交车上的车体广告这样询问时,父母很难以回答。近日,不断有乘客发出疑问:公交车作为城市的窗口之一,它所负载的车体广告除了以营利为目的外,也应该承担一些“窗口”使命。

10日,记者从柳园路一公交车站牌上车北行,一路上看到不

少公交车上都喷着以医疗宣传为主的车体广告:“治疗不孕不育”、“三分钟无痛人流”……而在一些站牌宣传栏里,也张贴了不少关于“治疗不孕不育”、“治疗男科疾病”的大幅广告,此外,许多公交车上的车载电视也都在播放医疗广告,具体内容也大多与此有关。

在聊城长途汽车站旁,一位从青岛来的游客一出站就看到了公交车内的宣传栏上有“男科”和

“治疗不孕不育”的广告。这位游客告诉记者:在他看来,公交车和站牌宣传栏作为一个城市的窗口,做类似的医疗广告是很没水准的事。他建议,公交车上其实应该多做一些关于城市的宣传。例如景点、名吃之类的。

也有乘客对医疗广告的无处不在感觉“窝心”。市民罗女士说,现在公交车车载电视或一些隔屏以及车扶手上都是一些广告,里

面还大都是诸如“治疗男性不孕不育、女性妇科疾病”之类的广告,抓到哪儿看到哪儿,想不看都不行。

而一些带着孩子的家长对此表示“很尴尬”。“公交车上有此类广告,是避无可避啊,我就害怕孩子问我‘什么是三分钟无痛人流?什么是不孕不育’,孩子要是真问起来,我都不知道怎么回答。”一位家长说。

高唐率先启用一票征缴服务大厅

本报聊城6月10日讯(记者刘云菲)10日,记者从高唐县人社局了解,高唐县在全市率先启用了社会保险“一票征缴”服务大厅,将分散在各险种的征缴和金融业务整合在一起,实现了社会保险的一票结算,一次办结。

社会保险“一票征缴”服务大厅设立在高唐县劳动大厦,在该大厦一楼启用了200平方米的集中型、敞开式、综合性的社会保险服务大厅。在办公场所选择、人员配备、硬件投入、网络互连等方面加大投入,按照“一个基数、一票结算、一次办结、一站式服务”的服务流程办理。

一票征缴大厅通过对企业养老、医疗、工伤、失业、生育几项保险和机关、事业单位养老、医疗、失业三项社会保险缴费出具一张收费发票,社会保险各参保单位缴纳各项社会保险费后,由征缴机构统一出具一张包含社会保险缴费信息的发票,使缴费更便捷。同时大厅实行与金融机构联合办公,免去了参保单位个人在大厅与金融机构间来回奔波。

发送万余条短信 宣传麦收安全

本报聊城6月10日讯(记者焦守广)9日,记者从莘县消防大队了解到,为扩大麦收防火消防宣传力度,莘县消防大队精心编制12000余条以“麦收防火”为主题的消防温馨提示短信。

“莘县消防大队温馨提醒:麦收临近,请注意打麦场不可兼做囤积场所,一定要做到随收随打,粮食随运走,麦秸随处理,切忌麦穗麦秸堆混放。”连日来,莘县手机用户不定期收到了莘县公安消防大队编制的以“麦收防火”为主题的消防提示短信。

为切实做好“麦收防火”消防宣传工作,使消防安全深入人心,大队积极与各大通讯公司协调沟通,共同搭建消防宣传短信平台。充分利用手机用户覆盖面广、短信简洁易记的特点,向广大市民宣传消防安全知识,提醒关注消防安全,积极参与消防宣传工作。短信内容丰富充实,形式轻松快捷,具有很强的实用意义和教育意义,使麦收防火知识人人可见。



洋葱上市,比去年同期贵2毛

近日,沙镇李知州村附近的洋葱集中上市,收购价6毛一斤,比去年同期贵2毛。

据了解,附近村近千亩的洋葱几天时间内销售一空,其中大多数是收购后入冷库储存。

本报记者 邹俊美 摄

电子驱蚊产品卖不过蚊香

本报聊城6月10日讯(记者张召旭)天气变热,蚊虫开始活动起来。10日,记者走访城区一些超市了解到,打着“高科技”旗号的电子驱蚊产品已经摆上了货架。虽然与“高科技”搭上了边,但相比传统的蚊香蚊帐,后者却更好卖。

10日,在柳园路一家母婴店内,几款电子声控驱蚊器摆在显

眼处,标价60多元。店员说,这是新出的高科技产品,利用声波驱蚊。无毒安全,尤其适合孕妇或婴儿使用。销售人员坦言,该款产品上市不久,选购的市民寥寥无几,传统的蚊香,蚊帐反倒卖得很好。

记者在几家超市了解到,相比价格贵、功能多的新出的驱蚊产品,价格实惠、驱蚊效果好的传统的蚊帐、蚊香更容易博得消费

者的青睐。

在振华量贩选购蚊香的周女士说,防蚊子有很多方法,现在有灭蚊节能灯、电子驱蚊器,还有各种大打“健康牌”的喷雾剂,虽然都宣传无毒安全,但心里对它们的功效总会产生怀疑,以前给孩子买了一款电子驱蚊器,不仅没效果,用了没几天,闪烁灯就坏了,还不如选一盒蚊香来得实惠

和省心。“买个驱蚊器五六十元,一盒蚊香才2块钱,还是买蚊香更划算。”

采访中记者了解到,大打“高科技”旗号的驱蚊产品的价格比普通产品贵一些,在价格上不占优势。而随着居住环境的改善,蚊虫数量得到控制,市民对驱蚊用品科技含量的需求并不高,在一定程度上影响了销售。