



□评论员观察

把广告赶出去,也只是提升通知书整体气质的第一步。

录取通知书挺“神圣”,不该有广告污染

□本报评论员 朱文龙

近日,教育部和国家邮政局联合印发《关于进一步做好2020年高校录取通知书寄递工作的通知》。其中,“严禁高校、邮政企业在录取通知书邮件内夹寄、夹带与新生报到无关的商业广告等宣传材料”规定,引起了舆论的关注。

随着各省高考志愿填报工作陆续展开,高考“录取季”马上就要到了,被录取的准大学生们也将很快收到录取通知书。不过,近年来,有些录取通知书却有演变成商业手册的趋势。随着通知书

寄来的,不仅有学校提供的各种材料,还有一些商业广告,像驾校广告,美容美发优惠券等。这些“无孔不入”的广告引发了人们的反感。

商家追求广告效应的最大化无可厚非,但商家在追求经济效益的同时,也当有所不为。录取通知书是高校同意学生进入该校就读的凭证。对于准大学生们来说,苦读十二年,就是为了踏入大学的殿堂。因此,在他们眼中,录取通知书的发放,是一个非常具有仪式感的过程。录取通知书若夹杂着商业广告,不仅是一种视

觉污染,还伤害了他们的感情,亵渎了录取通知书在他们心中的神圣感。

从这个角度来说,教育部和国家邮政局发布的通知很有必要,既是整顿录取通知书夹带广告乱象的应有之举,也是维护招生录取工作严肃性的应有之义。但是,需要指出的是,若想根除这一乱象,仅靠“禁令”是远远不够的。

熟悉通知书发放流程的人都明白,如果商家没有得到学校的“默许”或者邮政企业的“帮助”,根本不可能将商业广告塞到录取通知书。而有些学校、邮政企业为

什么如此热衷在录取通知书上塞入广告,原因就在于利益诱惑大而约束成本过低。毕竟,目前对于在通知书上夹带商业广告的行为,还缺少相应的法律法规加以约束。

所以,要想根治这一问题,相关部门必须行动起来。一方面,要完善法规,尽早弥补法规的漏洞。按照广告法的规定,“不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布广告。”相关部门可以考虑参照这条规定,为想在录取通知书上面“挖掘商机”的行为立下禁令。另一方面,要继续

细化责任,建立通知书发放责任人制度,由谁封装通知书,由谁发放通知书等环节,都要明确责任人。一旦发现通知书存在商业广告后,监督部门可以追根溯源确定背后的责任人,进行严厉处罚。

一纸录取通知书不仅是新生入学的凭证,更是在方寸间尽显一所大学的精神气质。近年来,已有不少大学开始重视大学录取通知书的“面子”和“里子”,并将其作为新生“入学第一课”。把广告赶出去,也只是提升通知书整体气质的第一步。

□一家之言

谁先告别“门票经济”,谁将取得旅游业发展主动

□谭浩俊

西安市近日宣布,从8月1日开始,大唐芙蓉园、楼观台生态文化旅游度假区等景区免费开放,西安市80%以上各级各类国有博物馆、行业博物馆、非国有博物馆面向公众免费开放,钟鼓楼逐步延长开放时间。云南省也印发通知,称旅游团队通过“一部手机管旅游”平台预约,可享受全省景区有关优惠。山东泰山、三孔、天下第一泉等81家国有景区也从8月1日起至年底,大幅降低门票价格……

这一波景区门票降价,已不是

在个别地方启动,极有可能带来全国多数地方门票价格的大幅下调,从而形成以门票降价来吸引游客的新格局。只是,门票降价能否产生拉动效应,能否激发广大居民的旅游热情,还需要评估与观察。

众所周知,由于受疫情影响,不少景区的收入出现了明显下降。以降低景区门票价格和发放旅游消费券等方式来吸引游客,当然是一种比较实用的手段,也是现行条件下比较有效的手段。但是,从总体上讲,还是一种临时干预措施。优惠政策过后,是否还能继续优惠。尤其是免费开放景区政策,是

否能够长期坚持,更是一个问题。

事实上,通过降低门票价格吸引游客的方式,此前已经被广泛运用。但是,在一些地方效果不尽如人意。因为,很多的降价措施,都是实施在旅游淡季的时候。到了旅游旺季,景区又会把门票价格提上去,甚至出现较大幅度涨价的现象。这种方式与手段,也受到了舆论和公众的强烈批评,有关方面也会在旅游旺季时出台相关政策,对景区门票涨价提出限制意见。

殊不知,在有些发达国家和地区,早就不再围绕门票发展旅游经济,而是多数免费开放或收取极低

的门票费。旅游收入更多地体现在服务和其他方面的经营上,实现综合旅游消费。比如,杭州市对西湖免费开放后,综合旅游收入不仅没有减少,反而增多了。原因就在于,游客增加了,购物、吃喝、游玩等方面的消费大幅增加,从而有效弥补了门票免费造成的“损失”。尤其是对一个地区来说,如果外地游客增加了、本地居民进入旅游景区的频次增多了,综合旅游收入只会增加,而不会减少。

可以说,疫情在给旅游业带来较大影响的同时,也给各地发展旅游业提供了一次反思的机会。既然

很多地方选择了免费开放景区的做法,不妨来一次思想大解放、思维大创新,从根本上消除“门票经济”,从而认真研究和分析如何拓展其他方面消费的渠道,增加综合旅游消费收入。尤其是地方政府,要从区域发展的整体考虑,不考核旅游景区的门票收入,而考核旅游景区的综合消费收入以及带给城市的其他方面收益。所以,谁先告别“门票经济”,必然会在今后旅游业的发展方面占得先机、取得主动。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com

8月开门红 2注615万双色球大奖莅临山东 今年全省已中32注双色球大奖 奖金超2.18亿元



陈伟获得济南福彩颁发的“幸运投注站”奖牌。

号与菏泽市37172520号福彩销售站,两地中奖彩友不约而同地

采用了单式投注方式,并且均投入10元。济南市37011217号彩站的站主陈伟介绍,该站一直以来是远近闻名的中奖福地,今年7月5日双色球第2020059期就曾中出一注14万余元的双色球二等奖,不到1个月的时间连续摘金夺银,“大奖福地”的称号可谓实至名归。陈伟表示,自己在双色球开奖当晚就知道了站点中出大奖的消息,因此次日一大早来到彩站,迎接进站沾喜气的彩友,但对于中奖彩友的身份和选号技巧,还要等大奖得主办理兑奖手续后才能知道。

32注大奖闪耀齐鲁

今晚2元可中1000万

福彩双色球游戏凭借“大奖大、小奖多”等特点备受彩友喜爱,甚至有着“彩市航母”的称号。截至8月2日,山东彩友今年已中得双色球一等奖32注,一等奖奖金合计218054771元!

第2020071期开奖结果后,双色球奖池为9.31亿余元,根据双色球游戏规则,当奖池资金高于1亿时,单注奖金最高可达1000万元。今天正是双色球开奖日,只需2块钱,您就有机会邂逅双色球1000万大奖哦。(刘通 鲍筠)

“3D游戏欢乐购”完美收官 切勿错过兑奖期限

为回馈广大彩友对我们山东省福利彩票事业的支持,山东省福利彩票发行中心于2020年7月16日开展了“3D游戏欢乐购”营销活动。截至2020年8月2日,活动期间山东省福彩中心累计派送投注金3070122元。根据活动规则,本次活动于2020年8月2日3D游戏期结束后结束。

随着营销活动结束,中奖彩友的投注金领取时间也马上要截止了。在此提醒各位中奖彩友,参加“3D游

戏欢乐购”并获得活动相应奖项的彩友中奖后可在山东省电脑福利彩票销售场所进行兑奖,中奖投注金只可用于投注常规游戏(3D、双色球、七乐彩)。此外,中奖投注金额领取截止日期为活动结束次日起三日内,2020年8月5日为最后领取中奖投注金的时间,逾期未领取视为自动放弃,还没有领奖兑奖的彩友可要抓紧时间啦!

(崔新帅)

中央专项彩票公益金支持 建设乡村学校少年宫2万所

设着重向中西部22个省(区、市)贫困地区倾斜。截至目前,中央专项彩票公益金投资建设国贫县乡村学校少年宫8770所,全国国贫县乡镇中央项目覆盖率为68.74%,加上各地自建项目,国贫县乡镇覆盖率达到92.35%,约200万农村孩子受益。2020年,乡村学校少年宫在17个省(区、市)实现国贫县全覆盖。同时,乡村学校少年宫作为新时代文明实践中心的教育服务平台和基层文明实践站点,积极承接文明实践中心志愿服务项目,吸收文

明实践中心志愿者到乡村学校少年宫担任辅导员,一定程度上缓解了贫困地区乡村学校少年宫辅导员不足的问题,丰富了少年宫活动内容,提高了活动水平。乡村学校少年宫建设为贫困地区的的孩子打开了希望之窗,让他们享受到尽可能公平、有质量的素质教育,成为精神扶贫、文化扶贫的重要内容,成为扶志、扶智的有效方式,为贫困地区提升脱贫质量、增强脱贫内生动力发挥了重要作用。

(来源:财政部科教和文化司)