责任编辑 陆如燕 E-mail:fzbfzsy@126.com

长假期间市工商受理投诉举报1552件

同比增31% 交通运输投诉居首

□记者 胡蝶飞

本报讯 记者昨日从市工商部门获悉,在刚刚过去的2018年国庆长假期间,市工商局12315中心共受理消费者投诉举报1552件(投诉1494件、举报58件),同比增长31%,解答各类咨询498件。消费者投诉中,交通运输(192件)、住宿餐饮(118件)、服装鞋帽(86件)、家电产品(78件)、文化娱乐体育(78件)等投诉量居前。

记者了解到,长假期间本市 交通运输投诉量居首,主要涉及 共享单车、航空票务等消费纠 纷。

根据市工商局披露,长假期间,12315 中心接到交通运输类投诉192件,与去年同期相比增长88%。其中共享单车投诉量达

142 件,主要反映单车押金难退、系统计费有误、车辆骑行故障、售后服务滞延缺位等。如10 月 6 日消费者许某称其租用的电单车因蓄电不足无法正常骑行,但仍被照旧计费。此外,交通运输类投诉还涉及航空、铁路、公路等客运票务纠纷。如消费者钱某称在某网站订购机票,因经营者出票延迟导致其未能及时登机。

此外,假日住宿餐饮、文娱健身等消费诉求升温。长假期间,涉及住宿餐饮投诉 118 件,文化娱乐和体育类投诉 78 件,同比分别增长 48%和 92%。主要反映宾馆住宿和订送餐服务失约、假日观影观剧和游乐健身等消费纠纷。如 10 月 6 日消费者张某称,在某网站付费 18 元订餐,经营者延宕 2 小时送餐,令

她不满。消费者邢某称,在线预订 无锡某度假酒店并付费 6548 元, 准备人住时却被告知 "无房"。消 费者徐某称,在线付费 89 元订购 某高层建筑观光券,券上注明可游 览该建筑第 94、97、100 层,实际 却只能游览第 97、100 层。

今年长假期间,服装、家电、通讯等产品售后服务纠纷较集中。涉及服装鞋帽、家电、通讯产品投诉分别为 86 件、78 件和 68 件,投诉量相对集中。其中反映售后服务问题占 7 成以上。如消费者王某称,在线购买一台液晶电视机,经营者延迟发货,且推诿搪塞。消费者田某称,在某店购买一款价值2999 元的手机,因性能故障多次送修无果,要求换货却被拒。

据悉,目前,上述投诉举报已 转至各区市场监管局和消保委协调 处理。



"公安+新天地"警察成最美风景

□见习记者 张叶荷 摄影报道

本报讯 上海新天地在长假期间的区域游客人流量日均达到7到8万人次,游客安全保障成为安保工作中的重点。日前,由中国长安网和上海长安网联合主办的《跟着安哥游国庆》第七站来到上海新天地。记者发现,节日中坚守岗位的警察成为妆点这个国庆假日的另一道最美风景线。

在一大会址前,三位手持步枪, 头戴防弹头盔,身穿战术背心的特警 正在巡逻,吸引不少市民驻足。 "我们是新天地的一分钟点位,就是要在一分钟内以最快的速度到达现场处置警情。"黄浦分局特警支队特警贾森告诉记者。

国庆期间,新天地治安派出所运用大客流检测技术,实时反映该区域内的客流量及客流的密集程度,当核心区域客流达到一定拥挤程度,派出所便会加大警力及其他安保人员的投放,采取限制一定通道的进出、客流疏散引导等必要的管控措施。

图为两名来新天地游玩的小学生 与执勤特警合影

全市开展进博会安全生产保障专项督察

□记者 夏天 通讯员 陶红

本报讯 按照市安委会办公室的统一部署,9月下旬至10月底,全市组织开展中国国际进口博览会(以下简称进口博览会)安全生产保障专项督察工作。据介绍,本次专项督察采取明查与暗访相结合的方式,督察

组将听取区政府和相关部门工作 汇报、查阅工作台帐,涉会区重 点实地查看进口博览会重点场 所、场馆安全生产保障措施落实 情况,并向区政府集中反馈督察 情况。

督查组由市安委会的相关成 员单位(市安全监管局、市住房 城乡建设管理委、市房管局、市 绿化市容局、市消防局)组成。督查的主要任务是:强化目标管理,强化督查考核,强化责任落实,围绕进口博览会安全生产保障工作要求,围绕着力遏制较大及以上生产安全事故、努力降压一般事故的年度工作目标,围绕年初确定的安全生产各项重点工作任务,以督查考核推进各项工作落到实处。

"黄金周":这道旅游考题答得咋样?

据文化和旅游部综合各地旅游部门及线上旅游服务 商提供的数据,经中国旅游研究院测算,10月1日至 4日,全国接待国内游客5.02亿人次,实现国内旅游 收入4169亿元,同比增长双双达到8%以上。我国旅游 游产业稳步健康发展无疑是一个振奋人心的好消息,但 "黄金周"期间肯定也少不了游客的各种吐槽。比如, 黄金周第二天,就有网友在微博上吐槽,称自己在黄山 景区,早上5点就排队,光等大巴车上山就等了2个 小时,排索道又等1小时,进退两难。事实上,每年 的"黄金周" 都是一道考题,这个考题既是出给景区 的,也是出给游客的。

"降低大门票"变成"提高小门票"

在景区门票提倡降价的大趋 勢下,一些景区、景点虽然并未 敢在大门票价上提价,但进了门 仍会层层"做文章"。出现了 "门票明降暗升"的现象,让游 客感収:景区真是唯利是图。

倡导景区降低门票价格、免除门票,是国家在休闲时代给广大市民发致的福利红色,也是对市民发的一种回应。这样的政策的好处是显而易见的。一方面发,故得全福感、获得感。另一方面是,让景区告别门票经济的是人,我将型发展。故弃的是门票经济依赖,而能够收获的则是

大旅游时代真正的利好。 然而,遗憾的是,一些景区 依然抱着门梁经济的大腿不放, 与监管部门玩起了豪路,要起了 小聪明。明里对国家的倡导是 "积极回应",拿出了降低景区门 梁价格的具体措施,而暗地里却 "上有政策下有对策",把景区的 "大门票"价格降低了,却提高 了"小门票"的价格。

更有甚者,在"黄金周"里设计了很多"小项目",主要以吸引孩子为主,让孩子遇着家长就完。比如,一些景区开设"饲喂动物体验",依据小动物的吸嚼局的收费不同,给小兔子投喂食物一次收费 20元,给班马授喂食物一次收费是 30元。表面上金物一次收费是 30元。表面上看,这些"小项目"是一种人性的服务,而实际上依然没有跟陈对门案经济的依赖,让景区降低门案价格变了味、走了样。

"门梁明降暗开"现象需要从 根本上进行治理,这譬示监管部 门不能大推把,在景区上报"降低 大门集"价格清单之后,还需要管 好"提高小门票"价格的机象。

用公益诉讼和"直播"封杀不文明行为

国庆期间的不文明旅游现象仍 时有发生。除了陕西靖边那个丹霞 地貌景区发生的事件,南昌动物园 官微还发布了一个情况说明,称: 当日,一名白衣男子骑在河马池外 场围栏上,先是将一把爆米花扔向 池中的河马,随后又将带有塑料袋 的爆米花桶直接扔进河马嘴里、被 河马吞食。

让山河、古遊受损,让动物受伤,如此游客显然应该被纳入黑名单。而且,此类行为理应被文化和旅游部纳入全国性的黑名单,而不仅仅是"景区黑名单"。毕竟,很多旅游景点一般来说人们这次去过了,下次就会换个地方。

面对这么多的不文明现象, 至

今却只有 35 人被納入全国性的 "採 游黑名单",不能不说数量偏少。接 下来,黑名单的覆盖范围和震慑力显 然有待于进一步加强。

此外, 给名胜古迹造成巨大伤害 的, 还应该让其赔偿损失。前不久, 在上饶三清山巨蟒峰打磨打攀磨的 3 名游客, 被检察院提起了民事公益诉 讼, 成为全国首例毁坏名胜古迹刑事 附带民事公益诉讼案。今后, 这样的 情况不妨多一些, 让那些给名胜古迹 带来损害的游客掏出真金白银为自己 的行为买单, 他们才会"长记性"。

此外,前几日的一个新闻也为不 文明行为的治理带来了一个思路。据 报道,假日里西安钟楼景区挤满了游 客,有一些人不耐烦排队,直接翻越 栏杆抄近路。交暨将他们担下之后 说: "來來,开直播,保证明天让你 们上头条!"一瞬间,翻越护栏的游 定切而止告......

俗话说"人要脸树要皮",像 "高铁霸座男"那么不管不顾的毕竟 少之又少。而此前,很多不文明行为 也都是因为视频上同,才引发相关部 门的关注,导致其被列入旅游黑名 单。显然,"开直播上头条"对于不 文明游客,还是具有一定威强力的。

今后,不妨鼓励保安、警方、管理者直播游客的不文明行为,景区也可以增加摄像头,将监控抽下的不文明行为传上网络。这样一来,就会有更多人明白公共场所不是自己家,理应遵规守矩。同时,这些视频资料也都可以作为日后民事公益诉讼的证据

"1元午餐"不仅测出景区温度

国庆长假期间,河南洛阳老君 山景区推出无人值守1元午餐,内 容包含一碗当地特色糁汤面、一根 香肠和一个馒头,现场游客品尝过 后都说这饭价格超值。尤其在景区 一包方便面、一瓶矿泉水动辄都要 8元、10元的时候,这种做法更是 "景区的一般清流"。

无疑,"1 元无人售卖午餐",测 出的就是当事景区的服务温度,还 有游客和社会的温度。

"1元无人售卖午餐"整个售卖 过程无人收款,无人监管,交款时完 全意游客自觉将线款投到收款箱里, 然后取饭。

让人更加感慨的是,开卖首目,景 区卖出1200份"1元午餐",但长达数百 永近千人的队伍始终并然有序,且让 人称奇的是不但一分核没少,还多卖 出了75元。原来,不少游客吃了"1元午 餐"后觉得味道不错,远远物超所值, 又多投了些钱,用游客的话说,这是 "以心换心",景区低价利急游客、信任 游客,游客当然也会回馈景区以信任。

而这, 显然也折射和凸显了游客 素质和文明的与时偏进。时下,随着国 人旅游文明等素质的提高, 全社会都 对这样的正能量消息非常渴求。反过 來讲,"1 元午餐"也是对我国社会总 体文明素质和正能量温度渴求的一次 测试和凸显。

"1 元午餐"凸显社会文明进步,期待景区类似这样的"1 元午餐"温馨举劲越来越多。毕竟,在全民旅游时代,这才是景区最正确有效的打开方式之一。因为只有有足够智慧和温度的景区,才能真正笑到最后;也只有更多有温度的游客和社会,才能让类似"1 元午餐"的温馨,更多被激发和传递,让社会更多人受益。

· (谚路 整理)