



评论员观察

面对对于己不利的游客爆料,泰山景区态度谦和、行动迅速、解释到位,很好地展示了厚道山东人的形象,为“好客山东”写下一个扎实而生动的注脚。

这样的舆情应对,是“好客山东”该有的姿势

齐鲁晚报·齐鲁壹点 评论员 王学钧

清明小长假期间,有网友爆料称,泰山山顶南天门附近宾馆涨到一千二一间,已经住不起了;饭店不卖饭卖座位,二十块钱一位躺着睡,不少游客选择在厕所过夜。这一“有图有真相”的爆料在舆论场上激起不小的波澜。

稍加打量就会发现,爆料网友其实并没有爆出什么“料”。在泰山山顶区域,有的宾馆住宿价高达一千二一间,有的饭店向进店熬夜的游客收取一定的占座费,有的游客躲进洗手间过夜,早已算不得什么

新闻,于法于理也没有什么不妥。对此,不仅泰山景区管理部门心中有数,不乏旅游经验的泰山游客也都习以为常。从这个角度看,所谓爆料更像是一个旅游常识不足者的情绪宣泄,一种缺少必要事实支撑的冲动型吐槽。也正因如此,舆论场上虽不乏同情爆料者的声音,但更多的则是对爆料者的批评与劝诫。

按照这样的态势,即便泰山景区不作任何回应,由网友爆料引发的舆情也不会持续多久,更无法对泰山景区的形象构成实质性的伤害。可贵的是,泰山景区并没有因此而“偷懒”。面对“一边倒”的舆情,泰山景区没有丝毫怠慢,不仅

第一时间组织力量对山顶宾馆价格展开调查摸底,而且在查明实情之后官网发布了《关于泰山山顶宾馆房价有关情况的说明》,专门对相关事宜作出解释。

整个解释耐心细致,合情合理。泰山山顶区域实施最严格的规划建设管控,总共有不同档次的宾馆13家,住宿床位不足一千个。一方面是山顶宾馆可提供的床位极其有限,一方面是山顶熬夜看日出的人络绎不绝。在市场化运作的情况下,床位的稀缺性不仅决定了在泰山山顶住宿不会是一件“便宜”的事,也让饭店夜间卖座位、游客厕所过夜等现象的存在拥有某种

天然的合理性。山顶宾馆双人标间淡季房价为200-1200余元不等,旺季价格因供求关系有一定波动,实在不值得有什么大惊小怪。更何况,宾馆房间都是明码标价,没有坐地起价,没有强买强卖。假日期间,景区设有24小时投诉电话,执法监管部门实行24小时不间断监管,对哄抬物价、漫天要价、强买强卖等实施顶格查处。如遇违法违规行,游客可随时打电话举报。而清明假日期间,景区执法监管部门并未接到这方面的投诉。

对于网友爆料,不少人表示很愤慨。一些人甚至认为,这样缺乏旅游常识的爆料是刻意找茬“带节奏”,是企图通过抹黑泰山景区来博眼球吸流量。如此定性恐怕有些过于武断和草率了。选择夜间登泰山的大都是些年轻人,个别缺乏旅游经验者在寒冷的山顶上单纯因“感觉不爽”而爆料发泄不满情绪,并不多么难以理解,大可不必上纲上线。即便爆料者真的有某种小心思,应对起来也不必声色俱厉用力过猛。

在这个意义上,泰山景区的表现可圈可点。面对对于己不利的游客爆料,泰山景区态度谦和、行动迅速、解释到位,很好地展示了厚道山东人的形象,为“好客山东”写下一个扎实而生动的注脚。

面对对于己不利的游客爆料,泰山景区态度谦和、行动迅速、解释到位,很好地展示了厚道山东人的形象,为“好客山东”写下一个扎实而生动的注脚。

“随心飞”变成“闹心飞”,航空公司的契约精神去哪了

柳下谈

齐鲁晚报·齐鲁壹点 评论员 朱文龙

自2020年6月起,东航、国航、南航、海航等多家航空公司先后推出不限次数的“飞行套餐”。产品一经推出,销售异常火爆。然而,与此同时,对于包括“周末随心飞”在内的多款产品的投诉也逐渐增多。近日,有媒体调查发现,兑换机票数量不透明的情况在多家航空公司普遍存在。消费者买的时候以为能“随心飞”,换票的时候却发现都没票。在使用

过程中,个别消费者还发现,一旦自己预订的航班取消或者延误,即使完全不是自己的责任,也要算作消费者违约,甚至被直接取消“随心飞”资格。

航班取消或者延误,本就是航空公司的责任。事情发生后,航空公司非但不道歉,反而将责任推到消费者的身上。这种行为不仅毫无规则意识可言,更是对消费者合法权益的侵犯。

我们在谴责航空公司的同时,也要思考“随心飞”变成“闹心飞”的原因。从报道来看,“随心飞”实质上是航空公司遭受疫情重创后推出的自救举措。这款产品巧妙地利用了人们“占便宜”的心理,让消费者心甘情愿购买预付服务,以达

到回笼客源、稳住资金流的目的。

说白了,“随心飞”其实就是一场营销。只要是营销,就会有成本上的考量。如今,随着全国的疫情防控形势不断好转,人们公务和私人出行需求逐步增加,一些非“随心飞”航班的盈利指标持续上升。面对供需关系发生的变化,“用户飞得越多,公司就亏得越多”的“随心飞”渐渐成为航空公司心中的“赔本买卖”。既然是“赔本买卖”,航空公司所提供的服务质量就可想而知了。

正是因为一些航空公司只顾自身利益,忽视用户体验,“随心飞”才变成了“闹心飞”。这种利益驱动下的“翻脸”,看上去是对消费者一方的尊严无视,实际上是

对契约精神的公然藐视。

众所周知,契约精神是现代社文化理念的重要组成部分。市场经济中,契约精神更是各方应遵守的准则。“随心飞”之所以能够火爆,在短时间内拥有巨大的市场,有个重要因素就是消费者对航空公司的信任。而这种信任感就是建立在双方都具有契约精神之上的。但如今,随着航空公司对消费者“翻脸”,消费者对于航空公司的信任荡然无存。在这种情况下,航空公司纵使能获得一些利益,但是也走不长久,毕竟,消费者可以用脚进行投票。

那又是谁给了航空公司毁约耍赖的底气?是钱,更是法治对于契约关系中自由、平等、守信精神

的保护不力。毋庸讳言,在航空公司与消费者发生纠纷时,监管是缺位的。消费者想要维权,只能拨打航空公司的客服电话。至于结果,报道中写得很清楚,“人工客服很难拨通,投诉的问题也迟迟无法解决”。

航空公司“既当裁判员又当运动员”,这样的场景,不应该在法治社会中出现。因此,若想尽早结束这场关于“随心飞”闹剧,各家航空公司固然要放下自己傲慢的姿态,重拾契约精神,用真心唤回消费者,但更为关键的是,监管部门要打起精神,长出牙齿,倒逼航空公司重视社会秩序与法治规则。唯有如此,才能让消费者的权益得到保护,拥有更好的出行体验。

体彩超级大乐透大派奖正式开启

——感恩公益有你 尽享乐透惊喜

4月好运正开启,追加投注更惊喜。正值中国体育彩票全国统一发行27周年,为感恩回馈广大购彩者多年的喜爱和支持,以及为公益事业做出的贡献,超级大乐透火热开启10亿大派奖活动!

10亿派奖,诚意满满,普惠大众。追加投注就有惊喜,所有奖级都派奖,3元最高可中3600万……前所未有的宠粉力度,令人惊喜的派奖金额。自4月7日20:10开售的第21039期(4月10日开奖)开始,预计持续20期,让广大购彩者尽情体验超级大乐透“大奖大,小奖多”的乐趣和幸运!

其中,一等奖派奖总奖金4亿元,每期2000万元。派奖期间,进行追加投注且中得一等奖的彩票(含多期票),同时中得派奖奖金,派奖奖金按照中奖注数均分,基本投注和追加投注按照游戏规则规定的比例分配,单注派奖奖金不超过当期基本投注和追加投注奖金。也就是说一等奖单注奖金最高可翻倍,3元追加投注最高有机会中得3600万元的封顶奖金。

二等奖派奖总奖金1.5亿元,每期750万元。派奖期间,进行追加投注且中得二等奖的彩票(含多期票),同时中得派奖奖金,派奖奖金按照中奖注数均分,基本投注和追加投注



按照游戏规则规定的比例分配,单注派奖奖金不超过当期基本投注和追加投注奖金,也就是说二等奖单注奖金最高可翻倍。

固定奖派奖总奖金4.5亿元。派奖期间,进行追加投注且中得三至九等奖中任意奖级的彩票(含多期票),同时中得派奖奖金,单注派奖奖金为当期对应奖级单注奖金的50%。可见此次派奖活动,不但大奖成色更足,小奖也是惊喜不断。

奖级	中奖条件	派奖金额	派奖期间奖金(追加投注)
一等奖	5个红球+1个蓝球	浮动奖 当期最高派奖中36000万	浮动奖 当期最高派奖中36000万
二等奖	5个红球	8000万	浮动奖 当期最高派奖中8000万
三等奖	4个红球+1个蓝球	10000元	15000元
四等奖	4个红球	3000元	4500元
五等奖	3个红球+1个蓝球	300元	450元
六等奖	3个红球	200元	300元
七等奖	2个红球+1个蓝球	100元	150元
八等奖	2个红球	15元	22.5元
九等奖	1个红球+1个蓝球	5元	7.5元

值得注意的是,此次超级大乐透10亿派奖活动同样只对追加投注有效。追加投注是超级大乐透所独有的投注方式,购彩者在基本投注的基础上,可对购买的每注号码进行一次追加投注,每注追加投注金额为1元。可别小瞧这追加投注的1元,一旦中奖,则一、二等奖奖金将比基本投注多得80%。

感恩公益有你,尽享乐透惊喜!超级大乐透10亿大派奖活动火热开启,想要邂逅惊喜

和幸运的你准备好了吗?第21039期作为首期派奖,值得期待和关注!也许你就是那个“超级锦鲤”,赶紧去体彩实体店购买超级大乐透并追加投注吧!

另外,超级大乐透感恩送好礼,“爱心”大作战线上有奖活动也于今日开启。2021年4月7日至4月16日每天8:00-22:00,参与游戏即有机会获得乐小星手办、公仔及环保袋等惊喜好礼。快快关注“体彩超级大乐透”微信公众号,点击底部菜单“爱心大作战”参与活动,传递爱心,收获惊喜!

(羊蓉)

