

旅游量化考核要接受社会监督

我市将严查“零负团费”

□晚报记者 田松平

本报讯 “港澳五日游”860 元、“昆明大理丽江 6 日双飞”1700 元……这些看起来非常诱人的低价团，却往往因为欺诈消费、强制消费及违反合同等原因成为被投诉对象。昨日召开的 2011 年全市旅游外事侨务工作会议上，市旅游局相关负责人表示，今年将全面优化旅游环境，整顿低于成本价的“零负团费”，一旦查证有欺诈、强迫旅客购物、严重名不副实等不规范行为，会查处并公布涉事单位和责任人。

据悉，旅行社推出低于成本的“零团费”或“负团费”的旅行团，利润来自团员购物的回扣，有些旅行

社甚至自设商店，直接赚取游客的购物消费，于是接办“零负团费”的导游会强迫游客购物，导致两者发生纠纷。

市旅游局昨天召开 2011 年全市旅游外事侨务工作会，特别强调要加强诚信建设，打造行业文明，将制定出《周口市旅游企业量化考核细则》，对各旅游企业进行量化考核，考核结果将及时在媒体上公布，接受社会监督；同时要求业界，严格执行相关法律法规，摒弃“零负团费”以低价招徕客户的模式；制止欺诈消费和强迫消费的现象，若出现诱导、强迫游客购物和参加另行付费旅游项目的违法行为将受到严肃处理；加强对旅游合同

的监督检查，坚决打击不依法签订旅游合同和违反合同约定的行为；查处以部门挂靠承包方式转让、出租、出借旅行社业务经营许可证行为等。

据旅游部门相关人士表示，我市大部分旅行社操作比较规范，但不排除一些较小的旅行社违规，一旦发现违规旅行社，旅游局将迅速介入调查，对其进行督促学习教育，并处以经济处罚。另外，建议游客不要因低价格而心动，以免遭遇包括附加费、强制购物等在内的陷阱。游客如发现旅行社违规操作或服务态度恶劣等，可拨打市旅游局热线 8227091 进行投诉。

国土部通知要求

控制土地出让价格杜绝地王

据新华社北京 3 月 10 日电 国土资源部 10 日发出通知，要求各地切实做好 2011 年城市住房用地管理和调控，坚决杜绝土地出让中出现楼面地价超过同类地价历史最高价的情况。

国土资源部在通知中说，今年各地要“稳供应、保民生”，以保障性安居工程建设所需用地为重点，及时编制公布城市住房用地供应计划并认真实施，确保 2011 年 1000 万套保障性安居工程建设任务落地，确保保障性住房、棚户区改造和中小套型商品

房用地不低于住房建设用地总量的 70%，确保城市住房用地供应计划总量不低于前 2 年年均实际供应总量。要“控价格、防‘地王’”，坚持招标投标挂牌出让制度，进一步完善供地政策，充分发挥土地政策惠民生、稳预期、注重社会效益最大化的管控作用，严防出现高价地，坚决杜绝土地出让中出现楼面地价超过同类地价历史最高价的情况，增加公共租赁住房 and 中小套型限价商品住房供地，促进房价合理回归。

14 项主题活动要“赶”老子生日庙会

□晚报记者 侯国防

本报讯 记者昨日从 2011·中国鹿邑老子生日庙会指挥部获悉：以“弘扬老子文化，促进科学发展，构建和谐社会”为主题的老子生日庙会将于 3 月 19 日（农历二月十五）在老子故里鹿邑县拉开序幕，会期持续一个月。

今年的老子生日庙会共确定 14 项主题活动，重点突出“增灵气，聚人气，生财气”，以展示老子文化魅力，树立老子故里形象，提升老子故里的

影响力和感召力。14 项主体活动有：公祭纪念老子诞辰 2582 周年大典；推出各类大型文艺演出；开展一系列文体活动；举行道教科仪表演；《道德经》诵读比赛；老干部书画展；鹿邑科学发展成就暨名优特产品巡展；老子故里出土精品文物展；“老子故里杯”摄影作品大赛暨摄影作品展；道教文化大讲堂；群众踩街活动；旅游景区包装推介活动；《道德经》讲座；廉政文化教育活动等。

线索提供 陈海棠 闫子健

周口 6 县市荣膺“省林业生态县”称号

□晚报记者 金月全

本报讯 连日来，在我市的田间地头、沟渠道路、荒山荒地，到处都是植树造林的忙碌身影，全市春季植树造林工作正全面展开……记者昨日获

悉，我省近日表彰了河南省林业生态县建设先进市和河南省林业生态县，其中，我市太康县、淮阳县、沈丘县、郸城县、商水县和项城市等 6 个县市获得“河南省林业生态县”称号。

郸城名优品牌总量全市第一

□晚报记者 徐松

本报讯 郸城县名优品牌总量居周口市第一。这是记者昨日从郸城县质监局获得的消息。

据悉，近年来，该县质监部门以质量兴县为战略，派出 10 多名专业技术人员常年驻守各厂家生产一线，对各厂家产品严格要求、精心服务，培育出

河南省名牌、国家免检产品等一系列名优品牌。其中，金丹乳酸 2010 年获得首届市长质量奖，财鑫糖业、金丹乳酸、金丹搪瓷、天豫薯业 4 家企业产品获得“河南省名牌”，金丹乳酸信用等级被评为全省最高标准 3A 级。截至目前，该县拥有国家免检产品 1 个，河南省名牌 5 个，河南省优质产品 3 个，名优品牌总量居周口市第一。

多层实木地板跨入 2.0 时代——2011“大自然”引领行业 率先全面推出 2.0mm 面皮多层地板

目前木材原料的供应不能持续的问题已经越来越明显，多层实木地板技术变革之快，成为行业瞩目的焦点。

厚一点实在 板材的厚度决定着地板的使用寿命，如果板材太薄，无疑最终利益受到损害的还是消费者。作为国内地板企业领头羊的大自然地板，从消费者利益出发，提出了多层地板板材 2.0 毫米的板材标准，这无疑是地板界的一次革命，并很有可能引领多层地板进行一次划时代的改革！

更人性化、更贴心 大自然 2.0 多层实木地板，首次打破传统提出“厚一点的实在”的口号，创建了多层实木地板 2.0 新标准。大自然多层实木地板在突破传统面

片厚度的同时，仍保持了多层实木在美观、稳定、健康环保方面的特点，既能体现原木脚感，又具备良好的透气导热性，是一款人性化的地板。

更高性价比 大自然 2.0 多层实木地板对面片厚度重新定位。据大自然地板负责人介绍，对于 2.0 多层实木地板的面片，没有最厚，只有最适合。大自然专业人员经过多方面测试得出，如今 2.0mm 的厚度是多层实木地板的最佳厚度，过厚则是严重浪费林业资源。2.0 多层实木地板既符合国家节约型可持续发展战略，又因其具有的人性化舒适的优势能给与消费者更多的生活享受，让大家能享受到性价比高的好地板。

(李辉)

新兵训练猛如虎

欢声笑语，喜气洋洋，锣鼓鞭炮震天响……欢送“90 后”新兵入伍时的热闹场面，至今还历历在目，而现在，经过两个多月训练的“90 后”新兵们，正在逐步完成从“孩子”到“军人”的蜕变。昨天上午，记者来到周口市消防支队川汇大队训练场，观摩他们的训练，见证他们如何成长为一名合格战士。图为“90 后”新兵在训练。

晚报记者 朱海龙 摄



◆沙颍茶馆

伯乐曾是代言人

□王锦春

明星代言，看似很时尚的事，翻看古籍发现早已有之。大名鼎鼎的伯乐就曾当过代言人。《战国策》记载这样一则故事：有个人要出卖骏马，接连在市场上呆了 3 天，没人理睬。这人心生一计，找来相马的专家伯乐说：“我有匹好马出不了手，你去看看。绕着它转几个圈儿，临走时再回头看它一眼。我愿意奉送你一天的花费。”伯乐接受了这个请求，果真绕着马儿转了几圈，看一看，离开又依依不舍地再盯一眼。立刻这匹马的价钱暴涨了十倍。即使用今人的眼光看，这也是一个成功的商业策划。卖马人、代言人各得其所。卖马人卖的是货真价实的好马，代言人伯乐没有夸大其词。双方合作的基础

是真实，策划成功的核心是诚信。除此之外，伯乐为人代言，收取费用也在情理之中。

让我们把思绪从几千年前拉回来。如今，明星代言屡见不鲜。奇怪的是，那些代言成功的例子，人们未必在意。代言不当的反面典型，倒是让人耿耿于怀。比如，某明星代言的洗发水被曝含致癌物二恶烷；某明星代言的学校人去楼空涉欺诈，警方介入调查；某明星代言的“万里大造林”项目骗了数万人；某明星代言的无烟锅不过是用铝合金做的普通锅……这些案例上了消费者心中的“黑名单”，关键原因就是代言的产品有问题；其次，代言者只顾数钱，不计后果。天长日久问题暴露，代言的明星、明星代言的产品成了众矢之的，人人喊打。

明星之所以成为明星，也相当不易，每个明星后面，都聚拢着大批的粉丝。商家正是看中了这些，才出高价请明星代言。面对一端放着粉丝一端放着金钱的天平，明星如何平衡，极具考验性。事实证明，明星面对观众演得好，面对金钱未必能过关。明星轻看了粉丝，粉丝们很快就会抛弃明星。明星是公众人物，他的一言一行带来的影响在社会上都会放大。名气越大，影响越大。代言不慎，一个个明星蒙上阴影，多少让人有些可惜。可怕的是，一些代言缺乏诚信，也加重人们对所有代言者的怀疑甚至仇视，阻碍整个社会的诚信建设进程。

明星代言并无不可，关键是不能缺少诚信。这就是伯乐代言给我们的启示。