



统一刊号
CN32-0104
邮发代号
27-67
主办
江苏凤凰出版传媒集团
出版
江苏现代快报传媒有限公司

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
网址
现代快报网 www.xdkb.net
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

今日总值班
吴明明
封面叠主编
王磊
头版责编
谷伟
版式总监
沈明

零售价每份1元

改签产生票价差额,干吗要旅客出一半

昨天有条消息,让老“飞客”不淡定了。

有报道称,中国民用航空局正在考虑,未来因天气等非承运人原因导致航班取消、延误、提前、航程改变、舱位等级变更或不能提供原定座位时,旅客要求客票改期的,产生的票价差额由旅客和航空公司分摊。

浏览了一下网页上的跟帖,反对者蛮火大。友情提醒:就这还是“打折”的结果呢。

2018年1月,民航局发布《民航旅客国内运输服务管理规定(征求意见稿)》,同样情况下改期产生的票价差额由旅客承担。

当时也是一片争议声,由此考虑“平摊方案”。

照这么说,“平摊方案”简直是让乘客“占便宜”啊,本来要全付,现在少掏一半钱,回家偷笑去吧……

然而不管怎么改,凭空多掏钱的,唯有旅客。国内航企现有做法多是自身承担改签费用。

因天气原因导致航班取消,当然不能怪航企,可这也不是旅客的问题。对旅客来说,凭原有的机票价格足以飞到目的地,无奈改签后,不仅时间被耽搁了,钱还要多花,不闹心吗?

正如业内人士所言,差价问题的关键在于现在国内航空公司之间还没有互相打通,无法完全做到互相转签。那么,由此产生的成本,也要由旅客“分担”,到底合不合适?

就不能在努力打通信息壁垒、理顺关系之后,给旅客一个更有利的选项?

近年来,从“天气原因延误住宿自理”到“改签费用平摊”,制定规则总有一种和旅客斤斤计较的感觉。航企做生意要赚钱,旅客就不需要“利益最大化”了?

还是多说一句,希望有关方面“三思”。

报道说了,前段时间,上述包含“平摊方案”在内的新规已完成意见征集,目前正在汇总意见,后面可能仍会有变动。“可能会有变动”,说明了利益博弈在起作用。旅客是博弈力量最为薄弱的一方,作为决策部门,需要多考虑到旅客的困难和意愿。

无论是“全承担”还是“平摊”,对旅客来说都不是最佳方案。

莫非再来一次“两害相权取其轻”?那这能算是一种公平的选择吗?就不能在努力打通信息壁垒、理顺关系之后,给旅客一个更有利的选项?

打小就听说过这样一种套路:有人先透露,要涨价两倍,然后当然是一片哗然啊,最终“顺应民意”,取消涨价两倍的方案,按最小幅度涨价。

满意吗?哦……挺满意的。

那什么,咱是在自言自语讲故事,您别多想了。

现代快报首席评论员 伍里川

记 快递最后一公里别掉链子

读了《快递岂能“光快不递”》一文,我深有同感。

春节前,朋友说给我发了个快递,问我收到没有,这时已经半个多月过去,我从未接到这个快递的电话或信息,于是要到单号查询了一下信息,照快递的电话打了几次,都没有人接,我想可能是春节放假了,就等等吧,反正他们会送到门卫的,因为我收到过不少快递,都是快递给我打一个电话送到门卫收。后来我一直没有接到这个快递的电话。清明节前,突然接到某品牌快递公司一个电话问我:有个快递春节前的,还要不要了?我说你们送到门卫就行了。他说,他

们不送,而是自取。前些天,我利用周末,找到小区附近这家门口无牌的小屋,有关人员翻了几遍后说没有这个包裹,还说电话不是他打的。让我留下名字,找到再打我电话。结果至今也没消息。

快递正因便捷,打通了最后一公里,广受用户欢迎,如今有些变味:寄方高高兴兴寄,收方却“受累”。一些快递点管理混乱,查验责任心不强,缺少了以前的初心和服务意识。做好服务工作就是要搞好最后一公里的对接,不能太随意。对于这种快递变“快取”的现象,相关部门也要加强监管。

南京 练红宁

快递至少该送到用户楼下

前几天,我的手机上接收到一条“菜鸟驿站”发来的信息,让我在当日晚上7点半之前去小区外面的一家旅游公司门店取快件。信息后面留有联系电话,我电话联系确认地址之后,便下楼出小区去寻找门店取件。

找到这家门店,我一看快件箱体比较重,约有15公斤。从这家门

店到我居住的楼上,约有一里多路,还得上楼。我毕竟是一位退休几年的老人,在家里放下快件箱后,累得气喘吁吁。以前我也多次接收快件,不过,都是快递员事先与我联系好,然后送到家中。我认为应该恢复这样的快件投递方式,至少送到楼下,让用户下楼去取。

南京 王建国

贵阳恒大文化旅游城重磅亮相 将打造世界级文旅胜地



近日,世界500强企业恒大倾力打造的贵阳恒大文化旅游城在全国主流媒体重磅亮相,引发社会广泛关注。

据媒体报道,贵阳恒大文化旅游城由世界500强企业恒大集团旗下的恒大旅游集团倾力打造,坐拥恒大童世界、恒大养生谷、恒大足球世界、恒大温泉小镇等产业配套集群,将成为全球规模较大、档次较高、配套较全的世界级文化旅游胜地。

超大手笔,打造顶级文化旅游胜地



据悉,近年来,文化旅游产业是深受大众的追捧,不仅拥有强劲市场需求,而且也有长远的发展前景,吸引了众多目光关注该产业的长远发展。在此契机之下,贵

阳恒大文化旅游城项目横空出世,该项目将涵盖极为丰富的顶级配套:包括23000㎡万国美食街和缤纷商业广场、约200000㎡欧式城堡星级酒店、约15000㎡国际会议中心、约7000㎡国际会展中心、约12000㎡多功能运动中心、约70000㎡购物中心和约35000㎡文化娱乐城等。



记者了解到,近年来恒大一直深耕文化旅游市场,此次贵阳恒大文化旅游城正式亮相,将成为其战略布局文化旅游的又一关键棋子。

业内人士表示,依托恒大的强大实力和品牌影响力、世界级文化旅游胜地的定位及航母级配套、得天独厚的自然环境等优势,贵阳恒大文化旅游城将对贵州及西南地区文化旅游市场格局产生深远影响,并成为引领文

化旅游新时代的标杆之作。

“全域旅游”生态链,打造航母级产业集群配套

据悉,为更好满足新时期的旅游消费需求,国家正大力推进“全域旅游”发展,以提升旅游业的品质化和国际化水平。品质旅游、美好旅游、大众旅游、全域旅游成为中国旅游业的热词。而近年来,恒大也一直在深耕文化旅游市场。此次,贵阳恒大文化旅游城的正式亮相,正宣告着恒大在战略布局文化旅游方面落下了关键的一枚棋子。

据介绍,恒大童世界是专为少年儿童打造的全球唯一的全室内、全天候、全季节的童话神话主题乐园,以中国文化、中国历史、中国故事为核心内容,融合中国文化精髓和世界文明,采用世界最成熟、最受欢迎、科技含量最高的顶级游乐设施设备及技术,打造全球顶级的童话神话乐园。



恒大养生谷打造“全方位全龄化健康养生新生活、高精度多维度健康管理新模式、高品质多层次健康养老新方式、全周期高保障健康保险新体系、租购旅多方式健康会员新机制”,将成为国内规模最大、档次最高、世界一流的养生养老胜地。



恒大足球世界汇聚体育运动、联赛竞技、教育培训、休闲娱乐等功能,是国内最具特色的体育小镇。恒大温泉小镇集日本、芬兰、土耳其、意大利、泰国等多国特色风情温泉于一体,提供高品质的温泉养生服务。

“森林城市”贵阳旅游城,成就美好生活



在业内人士看来,贵阳恒大文化旅游城坐落于贵阳市花溪区,自然环境得天独厚,可谓坐落在森林城市之中的一座顶级全能生活大城。

资料显示,贵州省是世界级山地旅游目的地和民俗文化风情旅游大省。据统计,2017年贵州全省旅游总人数达7.44亿人次,比上年增长40%,已经成为目前全国最热门的旅游目的地之一。

贵阳是中国首个国家级森林城市,全年PM值优良天数达347天,是全国空气质量前十名城市,森林覆盖率高达50%,素有“绿城”美誉,还被评为“全球十佳避

暑名城”。而花溪区汇聚青岩古镇、天河潭、十里河滩、花溪公园等多个5A、4A级景区,依托水系、森林、气候等得天独厚的生态资源及丰富的旅游资源,成为国家级生态示范区,是贵阳市具有影响力的宜游、宜业、宜居之城。



目前,我国文化旅游消费不断升级,正加速从规模旅游、小众旅游、景点旅游向品质旅游、大众旅游、全域旅游转变。专家认为,贵阳恒大文化旅游城打造顶级文化旅游产品和服务,契合国家政策和行业发展趋势,有助于推动文化旅游行业供给侧改革,满足人们对美好生活的向往。

另一位业内人士认为,贵阳恒大文化旅游城以国家推动“全域旅游”战略为契机,借助世界级产业集群和航母级配套优势,将成为文化旅游产业新标杆,并成为推进文化旅游产业及经济社会发展的重要引擎。

