

同比2019年暑期,迪士尼度假区客流增加56%,车流增加27%

“童话王国”热爆申城 “小迪警官”见招拆招

暑假以来,全国各大旅游景区几乎都人气爆棚。作为久负盛名的“童话王国”,上海迪士尼也成了不少家长遛娃的首选。今年夏天,上海国际旅游度假区迎来远超往年的“大客流”“大车流”——同比2019年暑期,度假区客流增加56%,车流增加27%。

如此热度下,安全、有序、干净的园区环境怎样保障?暑假接近尾声,今天上午,记者走进浦东公安分局国际旅游度假区公安处。这里的民警有一个可爱的昵称:“小迪警官”。这两个月面对诸多考验,且看“小迪警官”如何见招拆招。

考验

入园高峰人多车多

妙招

及时调整临时通道与停车位

“游客们从这里走,可以快速入园!”每天上午,入园高峰时,迪士尼乐园门口都会出现S形绕行区域;而随着入园高峰过去,“小迪警官”会及时根据客流情况,让工作人员打开临

时通道,以便排队的游客们快速有序地进入乐园。

入园游客人数太多,排队积压怎么办?安检区域游客安检速度、安检区游客最大承载量、票检区游客票检速度、票检区游客最大承载量……度假区公安处会同园方围绕四大核心要素反复研商,制定了“大客流入园预案”——当乐园广场安检蓄客区达到人数上限,就以“S形通道”“区域绕行”等措施用空间换时间,确保入园人流始终缓慢流动,避免无序聚集。夏日炎炎,他们将排队区域尽量安排在树荫下,并在队伍周边增添风扇,减少游客排队时的焦躁不适。

解决了“大客流”的问题,度假区公安处又将目光转向了“大车流”。乐园周边各大停车场每天都会根据车位饱和程度交替开关,而在核心区多达1万个停车位的基础上,民警还专门开辟了应急用的临时停车区域。早晚高峰驻守各路口的民警和辅警不间断地疏导,保持道路畅通。同时,这个暑期上海迪士尼每晚增加一场烟花秀,以错开观赏时间,避免散场人流太过集中。

考验

“马大哈”频频丢娃

妙招

警官接待父母 玩偶接待孩子

淘气娃弄丢母亲的钻戒、马虎游客遗失手机、粗心情侣忘拿品牌手包、孩子沉迷游玩跟丢父母……每天,“小迪警官”都会遇见各式各样的“马大哈”。随着国际旅游度假区公安处与迪士尼方面合作日渐深入,摆满玩偶充满童趣的“小迪警务室”已进驻乐园。如今,只要游客求助,乐园工作人员便会将他们引导至警务室。在这里,“小迪警官”接待父母,各类玩偶“接待”孩子。仅今年暑期,“小迪警官”就帮助1000余名游客找回遗失物品,为50多位家长找回走失的孩子。

在寻人寻物之外,“小迪警务室”还是一个消解各种纠纷问题的地方。这里既有公安警务人员,也有人民调解员。乐园客流量大,各类矛盾纠纷在所难免,他们共同为游客排忧解难,让“童话王国”的客人放下不悦、带走快乐。

考验

不法商贩售假牟利

妙招

直击制假源头开展专项打假

暑期这个游客如织的“黄金档”,不法商贩自然不会放过,他们蜂拥而至、四处设摊,以低价批发大量假冒伪劣商品,再以略低于商店的价格售卖牟利,欺骗不明真相的游客。

为净化游园环境,7月以来,由度假区管委会牵头,度假区公安处联合城管等部门等其他园内职能部门不断开展有针对性的高强度整治。一方面由城管部门查处兜售假冒伪劣的违法行为,另一方面由公安机关打击扰乱公共场所秩序的行为,最大限度保障游客权益。

治标更要治本,民警还瞄准了制假源头——假冒伪劣产品生产窝点,揪出一个个幕后“元凶”。假冒玲娜贝儿、星黛露……今年以来,经侦支队已捣毁制假窝点10处,抓获犯罪嫌疑人27人,涉案金额高达3800余万元。 本报记者 杨洁 通讯员 刘琦

普陀首个保租房项目迎客

本报讯(记者 江跃中)今天上午,位于岚皋路99弄的普陀区首个保租房项目——西部乐巢·中岚居向租户代表交接钥匙。这一项目由5栋14到19层的住宅楼组成,共1352套精装租赁住房、628个停车位,可满足单身青年、白领、年轻夫妻等不同人群的个性化需求,拎包入住。

西部乐巢·中岚居项目,距离轨交3、4、7号线镇坪路站500米左右,开车15分钟内可达上海环球港、中山公园龙之梦、静安寺等商圈,是繁华都市里难得的理想居住空间。同时,社区配置7000平方米园林绿化、800平方米的共享公区,以及4500平方米的商业配套,租户足不出户,即能轻松开启多元化生活模式,尽享品质生活。项目周边的医疗教育资源也比较丰富。

项目以城市新青年品质生活为定位,倾情打造社群生活氛围,提供一站式租赁服务,切实满足青年人人群的社会需求和休闲需要。

右图:西部乐巢·中岚居 张龙 摄



两台使用已超26年的故障电梯换新

“专项维修资金”不足如何破解?

本报讯(记者 江跃中 实习生 姚欣言)静安区芷江西路街道交通公园居民区辖区内的聚龙大厦小区,有两台电梯使用时间已超过26年,常常发生故障。经特事特办,以最快速度为居民更换电梯后,小区专项维修资金达到了续筹红线,无法支撑聚龙大厦后续维护,续筹迫在眉睫。居民区党总支充分发挥“三驾马车”作用,提出“众人钱筹,为众人服务”,积极努力破解难题。日前,小区以书面征求意见的方式召开业主大会,对续筹维修资金至首次募集金额的50%的决定进行表决,结果揭晓,业主大会同意了。

建于1996年的聚龙大厦,两台电梯常常发生冲顶、关人等现象,小毛病更是不断。电梯亟待更换,但是专项维修资金严重不足。为保障居民生命安全,街道积极协调,经业委会申请,区市场监督管理所特批,45万元换梯费用中,除可动用的居民账户27万元维修基金外,剩余18万元由物业先行垫付。但这样

一来,小区专项维修资金达到续筹红线,必须马上续筹。

聚龙大厦为24层商住两用楼,业主145户,公益性收入很少,无地下停车位,路面仅能停车17辆,无法通过公益性收入补充维修基金。根据测算,按照续筹维修资金至首次募集金额的50%的标准,业主少的要付3000多元,多的要付5000多元。前期调研发现,很多业主对此的态度是“三不”:不关心、不参与、不信任。

居民区发挥“三驾马车”作用,统一思路,积极动员。从先期的党员大会、听证会、房办、物业、业委会、居民代表联席会议开始,为居民答疑解惑,发挥楼组长、居民代表的作用。提出“众人钱筹,为众人服务”后,坚持大家一起参与,与居民商讨续筹金额、续筹方式等,充分动员,整合建议,由“三驾马车”进一步商讨,最后通过业主大会决定续筹方案。

“之前的专项维修资金都用在了哪里?”

“小区的公益收益有多少,都花在了哪里?”“如果我续了筹,那些没有续筹的人怎么办,他们凭什么享受跟我一样的公共服务?”居民的疑问和意见,在工作人员一次次上门时被提了出来。

“小区物业先后换过4家,每年的专项维修资金、公益性收入都在居民区公告栏做过公告,现在居民有疑问,我们就邀请他们来物业办公室查看存档资料,打消他们的疑虑。对不续筹的业主,将由业委会作为主体,通过司法途径处理,绝不会出现续筹不续筹享受一样待遇的问题。”根据每户存在的不同问题,居委干部、业委会成员、物业等一户户上门沟通答疑,对症下药,消除误解。

目前,聚龙大厦业委会正推进“专项维修资金”在金融单位开户等,居民们表示,一旦前期工作完成,会及时续费,让给居民集体服务的“米桶”续上“新米”,使后续公共服务得以正常开展。



新民随笔

加冰「有度」

近日,中国消费者协会、中国商业企业管理协会发起了一项“破冰行动”,倡议饮品加冰需以尊重消费者合法权益为前提。起因是江苏南通有一消费者在某知名饮料店选购饮品时,发现其中冰块含量居然占到总量的三分之二。

饮料加冰,早已成为业内公开的“秘密”。在诸如“工艺”“口感”之类幌子的掩护之下,不少商家不约而同地将其作为“控本增利”的小技巧。以至于有人如此调侃:明明是卖冰的,还送了你咖啡!

消费者的不满,主要是冰块含量占比过大、无法选择“少冰”“去冰”选项等,而经营者也以产品制作有其流程规范等为由,拒绝消费者的“去冰”要求,包括一些世界知名的快餐品牌都不会主动询问顾客。正应了一句俗语,“冰冻三尺,非一日之寒”,经营者和消费者之间的“坚冰”,亟须打破。

饮品中是否加冰、加冰多少,看似是小事,却是关乎消费者选择权、知情权的大事。根据消费者权益保护法,消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。

谁都知道,冰加得越多,商家的成本越低、利润越高。但毕竟消费者花钱是想买饮品,而不是买冰。当“饮料中加冰块”变成“冰块中加饮料”,这样的商家口碑可想而知。在目前饮品赛道竞争愈发激烈的背景下,要想更好地占领市场,应眼光放得更长远,只有将“加冰自由”还给消费者,才能赢得人心。

当然,让商家加冰“有度”,仅靠两协会的倡议还远远不够,仍需各级市场监管部门对相关行为依法处罚。同时,有关部门也要联合行业协会对饮品加冰含量等制定相应标准,以规范商家服务行为,才能给消费者带来美好“凉意”。

关尹