昆山商厦荣获“江苏省诚信经营单位”殊荣

昆山市监局副局长孙天舒（左）为诚信单位授牌

最近，由昆山市消保委推荐昆山商厦股份有限公司参加江苏省诚信经营单位评比。通过省公共信用信息中心、中国人民银行南京分行、省工商局、省质监局、省食药监局、省物价局等部门评选，并同社会进行公示，最终经江苏省消费者协会常务理事会审定通过，被评定为“2015-2016年度省诚信经营单位”。

昆山商厦继荣获“2013至2014年度省诚信单位”后，以顾客消费度为关注焦点，通过强化售后服务管理，不断提升企业服务形象，实得昆山消费者青睐，此次再获“省诚信经营单位”荣誉称号。

日前，昆山市消保委受江苏省消保委委托，举办授牌仪式，昆山市质监管局副局长、昆山市消保委副主任孙天舒问昆山商厦代表授予“省诚信经营单位”奖牌。昆山市消保委副主任、秘书长盛伟平致辞，他希望昆山商厦再接再厉，在今后经营活动中坚持诚信为本，全心全意为消费者服务，让消费者放心消费；同时希望昆山更多企业参与诚信创建工作，为提振消费信心，维护消费公平，促进经济社会和谐发展作出新贡献。

（吴国强 杨亮 贾帆）

昆山市消保委秘书长盛伟平致辞

张家港市获评江苏省食品安全示范市

日前，在淮安召开的江苏省食品安全示范城市创建和农产品质量安全县创建现场会上，张家港市正式被评为江苏省食品安全示范市。徐市副市长王松石出席会议。

创建省级食品安全示范城市是落实习总书记“四个最严”要求、全面实施食品安全战略的重要举措，也是推动食品安全监管工作提高的重要抓手。自2015年6月申请创建省级食品安全示范城市以来，张家港市始终坚持以“守底线、破难题、建机制、求实效”为工作重心，纵览升食品监测体系、监管能力、应急处置能力、质量市场管理等“十大工程”作为重要载体和特色亮点，构建起政府监管有力、社会监督有序、企业诚信有度的食品安全社会共治格局。

王松石在会上作交流发言时表示，在争创省级食品安全示范城市和农产品质量安全县“双安双创”的工作过程中，张家港市始终着眼民生、民本，坚持把食品安全工作摆上重要位置，着眼全局、全面，确保食品安全监管全覆盖，突出源头治理、全程管控、专项整治和从严执法；着眼创新、创优，不断推进食品安全质量体系建设，加强食品安全信息化平台建设，实现食品安全风险专家评判并开展食品安全责任追责点；着眼共治、共享，大力营造共治氛围，切实强化企业主体，不断完善监管机制。张家港市将以此次获评省食品安全示范城市为契机，持续深化食品安全示范城市创建内涵，不断总结经验，创新理念，完善机制，为高水平全面建成小康社会、争当“强富美高”新江苏建设排头兵作出更大贡献。

（黄华 贾帆）

苏州工业园区斜塘市监 食品安全宣传走进金螳螂企业

2017年以“关键守法 共治共享食品安全”为主题的食品安全宣传周活动已经开始。为宣传食品安全知识、长效保障企业食堂饮食安全、强化企业经营者及餐饮从业人员主体责任意识，苏州工业园区市场监管局斜塘分局于7月7日开展食品安全宣传走进金螳螂企业培训活动。

此次培训企业食堂负责人及餐饮一线从业人员30余人次，发放食品安全知识宣传册及食品安全科普小克共50余份。培训主要围绕新《食品安全法》、预防细菌性食品中毒、严防亚硝化学性食物中毒、规范食品添加剂的使用及食品安全事故应急处置等内容，将食品安全知识传授给从业人员，筑牢食品安全防线。

（丝明乐 贾帆）

张家港电子健康档案建设经验亮相国家卫计委新闻发布会

7月10日下午，国家卫生计生委召开7月例行新闻发布会，介绍国家基本公共卫生服务项目的进展、取得成效、公众获得等有关情况。国家卫生计生委基层卫生司副司长高光明出席会议。张家港市代表江苏省受邀出席并作情况介绍。

目前，张家港居民电子健康档案基本达到了记录居民个人全生命周期的健康服务信息的目标。全市已有109万多常住居民拥有了自己的健康档案，建档率超过82%。通过登录张家港市民网，居民实名认证后就可以查询自己的健康档案的相关内容。通过推广使用居民电子健康档案，完善记录居民的基本的健康信息、医疗机构的检验检测信息和工生服务信息，实时查询检验检测结果将更加便捷，同时通过电子化、网络化存储省去了群众不回得而检验检测报告的不便，真正实现了省心、便捷、实用的服务效果。

（丁玲）

全球10大安全旅游国家排行榜

对于出境旅行，面对未知的环境，除了美景佳肴、风土人情外，我们更关注的必须是：安全！

根据2017全球最新评估出的安全旅游国家10个，看看有没有在你旅行计划中的。

冰岛安全到没有军队的国家，在冰岛，男子一般不随便参与妇女聚的忙碌；而女子按惯时，男同女子的年龄，并且与他们开玩笑。

丹麦许童话变为现实的国家，是世界公认的“最幸福国家”。丹麦人在社交场合不大声说话，在餐厅、公共汽车或者火车站乘车室里，甚至在通电话时，都放低声音，不大声喧呼。

奥地利是世界必言手殿堂。和奥地利人交谈时，不要主动以论铁、宗教或政治之类的话题。73%的奥地利公民信仰基督教。到奥地利旅游及参加相关节日活动请尊重当地的宗教习俗和风俗。

新西兰地理位置隔离，是一个鲜少卷入国际争端的国家。负责和如果平均时数低。他们视当众闲聊、吃东西、喝水、抓头皮、紧身带等为失礼举止；新西兰人不愿刨根问底有关种族方面的问题。

葡萄牙盗产故事的美丽国度，葡萄牙人比较讲究礼仪，与人交谈时，他们坐姿端正，尤其是女子，人眼时注意双腿并拢；他们不喜欢久久盯视别人，他们认为这是一种不良表现。

挪克斯考德艺术品，这个国家最直就是家欢的童话，是加拿拿极长，挪克人喜爱挪红三角图案，如果那你中有类似图案，请避免在挪克的公共场所穿着。挪克人忌讳谈政治和私生活等话题，尤其是与陌生人之间。

瑞士高傲被誉高平使用瑞士被称为世界公园！瑞士人不喜欢有猫头鹰图案的物品，也不喜欢黑色。餐桌用餐时，不宜直接用筷去吹点菜肴，用餐时发出声响，都被认为是不礼貌行为。

加拿大今游客最受欢迎的国度之一，他们最讨厌白色的百合花，因为它会给人带来死亡的气息。饮食上，忌吃野蕨、鱼翅、鹿肉和黄豆腐等有腥味、怪异的食物。

日本秩序井然，如果率领，可以放心逛街不用担心被吃被偷的国度。拜访日本人的家庭，要事先约好，进入日本人的住宅时必须脱鞋。

斯洛文尼亚古典风情，天然氧吧，对游客非常热情好客。斯洛文尼亚人见面礼仪以握手为主，拥抱、亲脸、贴面颊等仅限于亲人、熟人之间，陌生人初次随意尝试。

（金某）

暑期主题游产品受热捧

为了满足广大旅游爱好者的暑期出游需求，同程旅游根据各细分人群需求和暑期出游特点，推出了“不止旅行”系列主题游产品，真正贴合不同旅客的出游需求，让旅客在暑期享受到旅游的乐趣。

“学生群体是暑期出游的主要人群，特别是中高考结束后，毕业旅行、家庭亲子游等出游人数会剧增长。但随着国内游客出游频次的增加，出游需求更加个性化、多样化，传统的旅游线路已经无法满足旅客的需求。”同程旅游相关负责人表示，他们根据学生、亲子等细分人群的特殊需求，设计了不同类型的主题游产品以满足不同的需求。

“毕业游”受到了学生的青睐，毕业旅行已成为当下旅游市场的时尚。相较于其他产品，毕业旅行产品给充分考虑年亲人和毕业元素，增设一些互动游戏、亲手搭小屋、舞火晚会、名校合影留念等特别行程，让毕业生在旅程的几天里，不仅能拥有美好的度假体验，还能一起重温学校集体生活的点滴。如，“怡同学少年之圆梦营”4日圆满游”中还设有气船出海、舞蹈观星、给未来自己的一封信等行程等。

暑期是亲子旅人群出游最为集中的时间段，一边旅游，一边学习，让孩子们开阔视野以及在旅游中加深家庭感情交流，是大部分家长选择让孩子利用暑期出游的重要目的。同程对家长出发关注的吃、住、游等环节进行了全面的升级让孩子不仅吃的好、住的好、玩的好，还要能够学到知识、增长见识、收到满意的子游。

体验当地人的生活，感受不同民俗文化，对旅游者而言是一种体验异地生活的方式，收到了不少学生和家长的欢迎。将当地民俗文化融入到旅游行程中，可以让旅客对当地文化有更为真实的体验，还可以感受不同民族的文化差异，当而尊重和保护不同民俗文化。如在“桂林+龙脊金坑+福阳八寨+三江侗寨双飞5日圆满游”行程，就可以深度体验瑶族、侗族民俗文化，游客不仅可以参与瑶族年度盛典六月六“晒衣节”，观赏红瑶集体浴浴、千年红瑶百浴、大型瑶王大把衣祭等，还可体验手工DIY打造银饰品的乐趣。时尚旅游色美食订购版、乐清客、百家客、三江特色油茶和布央特色茶餐。

（陈晓鑫 吴秀娟）

多艘邮轮为何暂时退出华东市场

有消息报道，6月24日上海出发经停长崎的歌诗达大西洋号邮轮，4晚5天最低报价每人2000元；7月3日上海出发经停福冈的歌诗达唐纳塔号，4晚5天最低报价每人2299元……即使在多数旅游线路价格水涨船高的暑期出游旺季，这样的“白菜价”邮轮线路仍不时出现。

记者得，2013年参加苏州文化国旅的下面是邮轮韩国济州岛3晚4日游时，价格在5000元至8000元之间，在邮轮上，上下午之间到处都是素华电梯；一日三餐都是免费的，中西式自助餐任你选。

市民陈歌告诉记者，2016年暑期再携家人乘坐素华的轮，旅游体验就“急转直下”，质量不敢恭维。“整个岸上游的时间是8个小时，先到机下船，去公园参观近2个小时，然后坐大巴2个小时，被拉到一个前不着村后不着店的购物中心，买完东西再坐2小时车才回船上，一天就这样没了。”陈歌说，购物店里的商品售价还有偏比外面的高店员。

有报道，近两年上海母港出发的邮轮游价格走低，服务质量下降，主要是中国市场发展出的包船模式所致。所谓包船，就是指某家大型旅行社买断一整艘邮轮航次的租赁，再通过各种渠道把船票分销出去。包船因其规模效应，对应较低的摊销成本，也令旅行社面临巨大风险。一旦船票不能及时售出或遭遇天灾人祸，就有亏损可能。为规避一部分损失，一些邮轮包船商开始低价甩卖之前买断的船位，至新形成低价拉格局，也培养出市场对邮轮“非低价不去”的预期。

低价竞争之下，利益受损的并非只有游客，还包括旅行社、邮轮公司乃至整个邮轮产业。2016年，各家邮轮公司几乎都把旅下最大最新的船调离到上海，进入较早的一些原本品质不错的邮轮航线只能获到2000元左右的价格，与邮轮本身质量无法匹配，对邮轮公司来说也是一种损失。

围绕华东邮轮市场近两年的低价竞争，在接续几年的邮轮航位供应过剩后，邮轮公司开始转变策略，将一部分长期在上海驻扎的邮轮调往其它航线，避免同一公司旗下邮轮在华东市场产生“内耗”。一家家暂离上海母港，退出华东市场。

为了不再局限于价格战，各家旅行社也更注重打造主题航次吸引游客。比如，春秋国旅分别推出主打青年男女社交的相亲主题和主打亲子的“小小航海家”主题航次，众信国旅则将触角扩展到大学群体，组织广场舞队伍上船比赛。

（金某）