



# “丫丫”，欢迎回家！愿你的余生充满阳光和爱

“丫丫”回来了。据报道，4月27日16点24分，旅美大熊猫“丫丫”乘坐联邦快递FX9759航班，抵达上海浦东国际机场。

“丫丫”这一别，长达20年。2000年8月3日，“丫丫”出生于北京动物园。2003年4月，“丫丫”和来自上海动物园的大熊猫“乐乐”，结伴“落户”美国田纳西州的孟菲斯动物园，开启旅居生涯。“丫丫”旅居美国协议期限为10年，2013年到期后延长了10年。这次，“丫丫”之所以回国，一个因素是租期已满；另一个因素是，今年2月，25岁的“丫丫”不幸离世，国内网友呼吁尽快接“丫丫”回家。

“丫丫”回家，已经成为举国乃至举世关注的大事，耐人寻味。据报道，“乐乐”去世后，“丫丫”的身体状况持续牵动着亿万国人的心，其“瘦骨嶙峋”“馒头乞食”“刻板行为”等视频图片也在互联网广泛传播。而实际上，无论中方赴美大熊猫专家组还是国内相关专家，都认为“丫丫”目前健康状况稳定，在美期间得到尊重。

“丫丫”回家了，但此事带给公众的思索并未停止。“丫丫”回家之所以能够备受关注，既与“丫丫”本身自带光环有关，也与大熊猫是国宝有关。国人有着浓厚的大熊猫情结，“丫丫”已经离开祖国20年，希望她早日回到故土，这是人之常情，是一种最朴实不过的心理。由此带来的情感爆发，乃至生出超乎寻常的热情等，都值得理解。

需要厘清的是，“丫丫”是载誉归来的，这20年她不负使命，完美扮演了公众期待的角色。当初，她和“乐乐”是作为中美友好的使者赴美，在美国20年，她和“乐乐”受到美国民众喜爱，不仅是孟菲斯动物园的明星，也是全美的明星。“丫丫”要回国的消息传出后，

# “宠游客”是迎“五一”该有的样子

首席评论

毛建国

“五一”假期临近，国内旅游市场迎来出游热潮。从多家在线旅游平台了解到，今年“五一”假期旅游人次有望突破2019年同期水平，达到2亿人次，其中，部分热门城市一票难求，酒店民宿“量价齐升”，中长线游、出境游等旅游方式热度飙升。(4月27日《经济日报》)

从种种迹象来看，今年的“五一”，旅游市场不是有点“热”，而是热力惊人。而且，旅游市场的全面回温，不是从现在开始的，今年的春节和清明假期，都已经展现出了预料之中的模样。有必要看到，旅游“热”，不仅带来了客流，创造了收入，更重要的是，它反映了全社会信

心指数的全面回升，对于整个经济社会发展都具有重要的导向性意义。

热是预料中的事，如何做到热而不乱，再热也有好的体验，显然也是需要考虑的事。从节前出现的一些情况来看，可能还难以乐观。比如，针对假期房间供不应求，某些民宿商家让消费者主动取消“低价预约”，有说临时装修的，有说已经转让的，还有不惜用黑话称倒闭的；某地一家酒店“五一”期间推出“大厅睡沙发”的房型，原价189元，折后价格99元；另外，此前媒体屡屡披露，游客到某地旅游，因为不买东布，被导游指着辱骂；某地出租车接客后嫌目的地太近，把怨气全丢给了上车乘客……这些事情，有的得到了处理，有的还在处理中，都给即

到来的“五一”假期提了一个醒。

旅游绝不是一锤子买卖，对于任何一个城市来说，游客来了，能不能接待得住，能不能让游客玩得开心，是最需要考量的事情。不少地方宣称，面对游客“有求必应，有诉必回”，这当然难能可贵，但是，如果真存在大量问题，发生大量投诉，以有限的人手应对无尽的问题，是不是真的能做到？即便做到了，对于游客来说，不愉快的体验已经发生了，也只能算是亡羊补牢。因此，更重要的还是把问题想在前面，把工作做在前面。

面对如此火爆的“五一”假期，此前，文化和旅游部已经发文提醒广大游客关注旅游安全，不少城市已经提前进行了部署，精心做好各种准备，其中有些做法，甚至可以称

之为“宠游客”。比如，历史文化名城扬州近日明确提出，全面强化旅游服务保障，以最大的诚意、最实的举措，保障游客在假期期间行得顺心、住得安心、吃得放心、玩得开心、游得舒心。在景区周边开辟临时停车场，继续开放机关单位内部停车场；举办美食节活动，市政府西大院南餐厅为外地游客提供淮扬风味简餐；打造“十分钟旅游志愿服务圈”，提供文明劝导、应急救援等服务……

当前，流量和留量，已经悄悄地拉上了手。这段时间，淄博烧烤全面出圈。其实，要说淄博烧烤味至味至，未必所有人都服气，但淄博围绕烧烤所做的努力，还是被公众看到并且得到赞许的。烟火气的背后其实是文明范，是城市对于营商环境的重视，投射到游客身上，这其实就是“宠”。游客需求看似纷繁复杂，但游客其实很简单，谁对他们好，他们就会说谁好，传播开来，就是流量；转化出去，就是留量。任何一座城市，想要成为旅游目的地，不仅需要美食这样的硬实力，更需要文明文化这样的软实力。事实一再表明，谁宠游客，谁会在旅游市场受宠。

旅游全面复苏背景下，这个“五一”假期，其实也是不同城市之间的大比拼。游客拿着“放大镜”，做得好的会被放大，做得不好的也会被放大。一个“宠”字，真切摆明了城市的态度，道出了旅游的真谛。“宠游客”是“迎五一”该有的样子，也是旅游市场迈向更高级别迫切需要的样子。

## 找“旅游搭子”要做足功课安全第一

斯涵涵

近日，浏览豆瓣、小红书等平台，除了旅游攻略、旅游必备清单等恒久不变的主题外，“找旅游搭子”的帖子异军突起。“坐标上海，蹲长期大学生旅游搭子！”“五一假期，小众自驾游找旅游搭子！”“4.30-5.3丽江，自由闲逛找搭子啦！”“北京出发，想找志同道合的姐妹，闲时出游。”这些帖子互动数普遍较高，甚至评论区里借楼留言找搭子的也不少。(4月27日中国青年报)

今年的春天格外明媚，人们被三年疫情压抑的旅游热情喷涌而出。“特种兵式旅游”“淄博烧烤”等旅游热词占据新闻热搜榜，当热人间结伴无法成行时，找“旅游搭子”也应运而生，并在“Z世代”间风靡。

所谓“旅游搭子”便是两个或数个陌生人(多为同性)在网络相约，结伴旅行。异地出发，目的地会合，费用AA，可以分工合作，相互照应，一起享受旅游的乐趣，省去一人独往的不便与尴尬。

“世界那么大，我想去看看”，“旅游搭子”是新型社交关系的垂直细分。不少年轻人不满足于现有的熟人关系或亲密关系，渴望把自己和更大的世界联系在一起，在陌生的地方，与陌生人相处，无关功利，

目标一致，一起游山玩水，拍照探店、打卡美食，旅游完毕，既可以在线下继续交往，也可以就此挥手告别，毫无负担，社交自然而然回归纯粹的本质。

找“旅游搭子”还可以满足年轻人的好奇心。在青春飞扬的时候，在一个美丽的远方，遇见另一种未知，结识另外一种人生，旅程也因此多了些新奇刺激，这种“开盲盒式”的新体验对于把孤独挂在嘴边的某些年轻人极具吸引力，故风头日盛。

然而，硬币皆有双面，找“旅游搭子”也有明显的弊端。安全问题首当其冲。很多年轻人是从长辈关于青年旅舍的美好经历中开始找“旅游搭子”，换句话说，现在的“旅游搭子”是数十年青年旅舍的延伸。但不得不提的是，当下的社会环境要比彼时复杂得多，年轻人必须提高警惕。在准备找“旅游搭子”时要做足功课，“验明真身”，规划周全，“兴利除弊”，一定要把安全放到首位。

最后祝愿大家都能找到一个合拍有缘的“旅游搭子”，一起开启美好快乐的旅程，而不是一段危险的旅途。

## 热点快评

## “种草笔记”不能成了“消费陷阱”

戴任先

平台“种草笔记”夹带广告管不管？4月27日，上海市市场监管局副局长倪俊南做客“2023上海民生访谈”节目回应，今年5月1日，即将实施的《互联网广告管理办法》里明确提出了“互联网广告应当具有可识别性，能够让消费者辨明其为广告”。比如“种草笔记”，这种通过知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或者服务的广告，附加购物链接的，就必须显著标明“广告”。(4月27日澎湃新闻)

“种草”经济近年来蓬勃发展，涵盖美妆护肤、旅游攻略、饭店推荐等方面，消费者将对产品的亲身体验发布在小红书等网络平台上，推荐给其他用户参考，就被称为“种草”。“种草”帖、“种草”视频往往内容生动，体验性强，因为是消费者的亲身体验，也更加增加了可信度，深受年轻消费群体的青睐，“种草笔记”成了不少人的“消费指南”。

但“种草”经济蓬勃发展，也伴随着虚假“种草”的“野草疯长”。一些商家为了提高销

量、好评率、曝光率等，请专业写手点赞评论，进行虚假“种草”，还由此衍生了代写代发、虚假“种草”的灰色产业。

有利益的地方就有江湖，虚假“种草”严重，自然是受到利益驱使。而“种草”经济是新生事物，相应的监管还不够完善，也让虚假“种草”得以乘虚而入。虚假“种草”的违法成本较低，商家、博主自然蜂拥而上，也让问题难以得到有效遏制。

“种草”经济本有利于营造良好消费环境，消费者将自己的体验发布在网络上，也能倒逼商家更加重视消费体验，提高产品质量与服务品质。但虚假“种草”却让商家把“用户体验”玩弄于股掌，“用户体验”由商家说了算。这就间接架空了消费者的话语权，也侵犯了消费者的知情权、选择权、公平交易权。

虚假“种草”涉嫌虚假宣传和不正当竞争。我国广告法第28条明确规定，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。(反

不正当竞争法)第八条规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

“种草笔记”通过知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或者服务的广告，附加购物链接的，必须显著标明“广告”。对此，首先，平台要守土有责，要厘清“种草”与广告之间的关系，提高甄别能力，防范消费者受到误导；对虚假“种草”的帖子、账号，要加大查处力度，要畅通消费者的维权渠道、投诉渠道。监管部门则要加大监管力度，还要依法惩治代写代发、虚假“种草”等违法行为。广大消费者也要增强防范意识，维权意识，对各种“种草”帖不能盲目听信。

“种草笔记”不能成了“消费陷阱”。监管部门、平台、商家、消费者等各方要共同形成合力，拔掉虚假“种草”这一扰乱消费市场的“杂草”“毒草”，共同构建诚信消费环境。

# 广东球迷6元击中477万元大奖

羊城晚报记者 胡彦 通讯员 粤体彩 插图 采采

近期，有不少球迷赢得彩票大奖，其中更是有人凭一张6元单式票一举揽获477万余元。

## 珠海球迷击中大奖

4月14日，足彩14场胜负游戏第23049期开奖，位于珠海市香洲区拱北街道港昌路的4403030508体彩实体店传来喜讯，该店的购彩者林先生凭借一张6元单式票，揽获当期1注一等奖奖金477万余元，贡献个人偶然所得税约95万余元。

林先生是一位资深球迷，闲暇时非常喜欢观看足球比赛，对各大联赛和球队都很熟悉，同时也喜欢14场胜负游戏，经常去体彩店买几张足球彩票，为看球增添乐趣。

林先生表示，自己每次购彩都会提前做好功课，例如比赛队伍的信息、出场球员的状态、主客场情况等，也会跟其他球迷朋友交流经验，觉得自己有把握再投注。

中奖实体店代销者姚先生表示，借助去年世界杯的契机，店内增加了许多足彩购彩者，他在为大家推荐玩法的同时，也提醒购彩者一定要量力而行，理性购彩。

## 肇庆球迷收获37.94万元

4月17日，传统足彩任选14场胜负游戏第23052期开奖，肇庆市端州区4408032006体彩实体店的一名足彩爱好者收获当期14场胜负一等奖1注及二等奖9注，共收获奖金37.94万余元，为肇庆贡献税收7万余元。

何先生表示，购买足彩是他日常的娱乐活动之一，平常闲暇的时候，会看球赛分析赛事，对传统足球胜负游戏积累了一定的经验，遇到熟悉、感觉好的比赛就多投一些，感觉不好的就少投或者不投，保持理性购彩。他说：“买传统足彩，分析球队的实力是少不了，但更多的是靠运气，之前是中过几次小奖，这次能中三十多万元大奖，非常开心！”

何先生开心地说：“购买足彩，既是爱好也是娱乐，可以增加观赛乐趣和参与感，无论是否中奖，都是在为国家公益事业奉献自己的爱心。”



## 足彩铁杆粉丝收获任选9场20.8万元

4月10日，传统足彩任选9场胜负游戏第23048期开奖，肇庆市德庆县朝阳东路4408008155体彩实体店的一名资深球迷喜中当期任选9场1注，共收获奖金20.8万余元，为肇庆贡献税收4.17万余元。

中奖者林先生工作之余喜欢看足球赛，每次路过体彩实体店，都会进去看看相关的比赛分析，然后结合自己的经验投注，

赛更有趣味，之前中过一些小奖，中得20万元大奖还是第一次，感到非常意外和幸运！”

林先生说：“买了足彩后看球

平时购彩以传统足球“任选9场胜负”“任选14场胜负”复式投注为主。

## 彩票开奖公告栏

开奖时间:2023年4月27日

### “南粤风采”36选7 第2023107期

36选7投注总金额:307302元			
中奖基本号码:08 29 23 02 27 07 特别号码:06			
中奖情况			
中奖等级	中奖注数	总中奖金额(元)	单注奖金(元)
一等奖	0	0	5807
二等奖	2	11614	5807
三等奖	1	5797	5797
四等奖	92	46000	500
五等奖	137	13700	100
六等奖	3290	32900	10

### 3D 第2023107期

中奖号码	0	6	5
奖等	1431	1040	1488240
单选	0	346	0
组选3	2743	173	474539
1D	311	10	3110
2D	94	104	9776
通选1	2	470	940
通选2	7	21	147
包选三全中	0	693	0
包选三组中	0	173	0
包选六全中	3	606	1818
包选六组中	5	86	430
和数11	471	15	7065

### 双色球 第2023047期

红球区		蓝球区				
23	05	33	14	07	31	07
奖级 全国中奖注数 每注奖金(元) 本省中奖注数						
一等奖	8	5105543	1			
二等奖	123	8580	23			
三等奖	3317	3000	430			
四等奖	162129	200	19504			
五等奖	2173556	10	255239			
六等奖	22934818	5	2498851			

本期投注总额:373486114元·广东省投注额:43743562元 奖池资金累计金额1990369107元滚入下期一等奖· 兑奖时间:自开奖之日起60个自然日内。

### 排列3排列5 第23107期

排列3		排列5		
3	5	1	9	
中奖情况				
全国销量(元)	本省销量(元)	全国中奖注数	本省中奖注数	单注奖金(元)
直选	18108	879	1040	
排列3	53294346	2507764	0	0 346
直选5	56198	2032	173	
排列5	20935894	117	0	0 0

4334356.28元奖金滚入下期排列3奖池。 165415749.14元奖金滚入下期排列5奖池。 本期兑奖截止日为2023年6月26日,逾期作弃奖处理。

## 偶数强势 连号热出

大乐透:前区:大号热出,大小比关注3:2防4:1。和值上升,关注90—120之间。偶数强势,关注奇偶比2:3防1:4。012路关注2:1:2。连号热出,关注中号区和大号区连号。后区首防双大、双偶组合,次防双小、双偶组合。

7星彩:145—234—526—240—802—1234-02、05、07。 排列3:精选号码三注:964、642、810。

排列5:精选号码三注:42018、20512、86502。(加纯)



## 债权转让通知暨催收联合公告

根据广州农村商业银行股份有限公司天河支行(下称“广州农商银行天河支行”)与东莞资产管理有限公司(下称“东莞资产”)于2023年04月21日签署的《不良资产转让协议》(编号:东资Y202304-01),广州农商银行天河支行巴将其下列公告清单所列借款人、关联人和担保人等债务主体依法享有的主债权及担保合同项下的全部权利依法转让给东莞资产,广州农商银行天河支行与东莞资产联合公告要求借款人及其继承人、担保人及其继承人、相关债务承担主体、清算主体、担保人等债务主体自公告之日起立即向东莞资产履行相应的合同义务及生效法律文书确定的全部义务。特此公告!

广州农村商业银行股份有限公司天河支行 东莞资产管理有限公司 2023年04月28日

债权转让清单			
序号	借款人	担保人	合同号
1	中经汇通电子商务有限公司	蓝雁信息安全技术股份有限公司 中经汇通有限公司 任公司、何学军、李庆红、柯斌达	《综合授信合同》(编号:1310001201800006) 《企业借款合同》(编号:1310001201800005) 《最高额质押合同》(编号:1310073201900002) 《最高额保证合同》(编号:1310073201900009)
			235,310,365.99 (2020)穗仲案字第5530号 (2020)粤01执3402号