

评论

“红头车”信任危机 志愿者不必气馁

王震

车站乘车难,“黑头车”又时不时冒头宰客的现象,在全国各地普遍存在。按说省红会发起的“红头车”志愿者服务,堪称为破解这道难题的“及时雨”;然而,就是这么一项颇具创新性的公益行动,居然遭遇了严重的信任危机。

其实只要联系一下各种车站“打车”骗局,就能理解市民和外地乘客对“红头车”的警惕了。这种事摊到我们自己头上,恐怕也会先想一想,“免费的午餐”会不会有诈?他们拒绝志愿者提供的服务,完全出于一种自我保护意识,虽然让人无奈,却是社会诚信缺失导致的正常反应。

明白了这个道理,“红头车”的组织方和志愿者就大可不必灰心丧气了。既然是做公益,

我想不妨把功夫下足。首先组织方要加强“红头车”的宣传。本地媒体应当主动介入,为市民和外地来肥的客人介绍清楚情况,为社会传递正能量。

除了要加大宣传力度,争取让“红头车”志愿服务成为常态,还应该防范一些不法分子浑水摸鱼。交管部门要加强对“黑头车”的查处,严防仿冒红头车现象出现。组织方省红会也可以通过设置公益标示等方式,增强志愿车辆的识别度。

另外,公益固然值得提倡,但远非解决车站乘车问题的根本之策。如何改善车站周边的交通拥堵现状,让更多合法运营的出租车愿意进站载客,更需要相关部门思考。

微评论

公开代表联系方式: 博弈需制度解围

钱兆成

媒体报道31个省市人大的官方网站,没有一个公开了人大代表的手机联系方式。(4月11日《中国青年报》)

《代表法》第四条规定:“代表应当与原选区选民或者原选举单位和人民群众保持密切联系,听取和反映他们的意见和要求,努力为人民服务。”《代表法》第二十五条规定:“代表应当采取多种方式经常听取人民群众的意见,回答原选区选民或者原选举单位对代表工作和代表活动的询问,协助本级人民政府推行工作。”

但是,人大代表的通讯地址、电话、手机号码等个人信息,显然属公民的隐私范围。虽然目前我国法律对保护公民隐私权还没有具体规定,但对公民的住宅权、姓名权、名誉权保护等都有相应的规定。可见,公民的隐私权受到法律的保护。

公开人大代表个人资料这种方式实际是将人大代表与选民放在了博弈位置上。博弈是需要规则的,也就是制度。

笔者认为,公开人大代表联系方式的工作,应当逐步使之制度化、规范化。在公布的内容上,代表的个人资料和通讯地址、电话号码、电子邮箱等联系方式应属于应当公开之列,而个人手机可由代表个人自己确定是否公开。当然公开联系方式只是一个入口,关键是如何对待和处理选民提出的意见建议。代表要对群众反映的意见、建议,尽心聆听。

“再穷不能穷干部”源于特权意识作祟

江德斌

类似于贫困县领导开豪车的新闻并不罕见,甚至可以说,贫困县只是老百姓很穷,却不代表领导干部的日子不好过,恰恰相反,他们过得很是逍遥自在。君不见,贫困县领导住别墅、坐豪车、公款大吃大喝、公款旅游等等新闻比比皆是,与之形成鲜明对比的,则是贫困家庭孩子失学、老无所依、病无所医的凄凉场景。

“再穷不能穷干部”只是一个表象,根源则是背后的特权意识,领导干部缺乏底线思维,只顾一己享受,未能站在百姓的立场上看问题,自然会导致行动的错位。贫困地区财力本就紧张,理应将有限资源用在刀刃上,扶助百姓脱贫致富,救济贫困家庭,解决就业、教育、医疗等问题,建立和完善社会保障系统,为穷人托起生活的底线,重塑对未来的希望,以避免社会陷入动荡不安。

然而,现实却未能如人所愿。由于地方官员均为上级指派,并非由民众选举产生,则就唯上级领



穷庙富“方丈” 王恒/漫画

导意志是瞻,而无需对百姓负责。只要把领导安排的事办好,不捅大乱子,搞出点形象政绩来,就可确保官运亨通。而只对上不不对下的官场环境,正是滋生干部腐败交易的温床,不仅使官员脱离民众监督,亦促使官员肆无忌惮,滥用特权为己牟利。

时事乱炖

国家级贫困县哈尔滨巴彦县法院工作人员在租来的破楼里办公,而院长却购置75万元豪车。有专家表示,许多地方存在“再穷不能穷干部”的现象,特别是相对偏远、欠发达地区,外界监管不足,人大监督缺位,更易出现官员贪腐现象。(4月11日《中国青年报》)

格力空调第23届免费维修月正在进行



的老用户早已报修过了。实际上格力空调本身质量过硬,出现问题的几率微乎其微。据悉,免费维修月期间,安徽格力要求所有网点无论什么时间、无论电话量多少,都要在公司下单后24小时内完成上门(除非用户因自身原因要求改期),在第一时间为用户排忧解难。

好产品好服务,才有好市场

好产品,好服务,给格力带来丰收的市场。

6年包修、每年两次免费维修、变频系列一年内质量问题免费包换,这些推广多年的服务承诺和政策让广大格力空调用户吃下了定心丸。另外,如毛细血管般遍布全省的格力售后服务站,也让旺季空调安装、维修等难题不难。精耕细作,精诚所至,显然今天格力已经收到了回报。

去年3月底,安徽格力家用空调淡季回款32.5亿元,破30亿在当时已算是天文数字。一年过去,安徽格力再破纪录:家用空调淡季回款达到40.2亿。联系到空调产品的自然属性以及江淮地区的气候,空调真正的高峰是夏季,5、6、7三个月的销售往往要占据过半份额。如果拿安徽格力上一冷年度家用空调全年销售额56亿来计算,安徽格力2013冷年淡季回款就已达到去年全年的71%,这让业界对今年安徽格力的业绩充满期待。

在家电产业链下游企业不断调控以及同行或停滞或下滑的大背景下,格力的这份成绩分外耀眼。另据了解,即以40亿的淡季成绩,安徽格力将继续稳居2013年度安徽区域空调销售第一名。

24小时内完成上门,电话量较同期减少

截至昨天,第23届免费维修月已经开展十余天。从客服中心统计的数据来看,今年免费维修月的电话量较上年同期明显减少。综合最近几年情况来看,历届免费维修月电话量、上门维修量均呈现比上年减少的趋势。谈及原因,安徽格力售后工作人员表示,这主要基于两个方面:第一,2005年起格力已率先实行空调整机6年包修,6年之内空调维修不花1分钱,这让广大用户在全年的任何一天均可享受免费包修。第二,格力免费维修已经连续开展10多年,有故障

农行积极开展消费者权益保护宣传活动



按照安徽省银监局的统一部署,全省农行日前积极组织开展安徽银行业消费者权益保护宣传活动,通过在全省辖内各营业网点开展多层次、多渠道、多形式的金融知识公众宣传,全面提高金融消费者金融知识水平,构建和谐金融消费关系和良好金融环境。

农行在合肥市商业闹市区、人员密集、客流量大的营业网点门前设置宣传咨询台,向广大市民发放宣传资料,现场讲解银行卡、个人理财、自助服务等金融知识,提高全民金融素质,服务百姓日常生活。同期,还组织开展了走进安徽大学校园等宣传活动,通过向广大学生课堂授课及举办知识沙龙等多种形式,重点对用卡安全、ATM机使用、投资理财等存在风

险点的业务进行充分宣传揭示。同时还将举办多期青少年金融理财专题讲座,集中开展多场以“宣传金融知识,保护合法权益”为主题的送金融知识“进乡村、进社区、进学校”活动,全面展示农业银行诚信服务的良好形象。

