

“炮轰”铁道部 政协副主席缺点常识?

“这一次有两个部门要批评,一个是气象部门,之前完全没有预计到天气的严重性。不过更严重的是铁道部!”在17日广州市两会政协小组讨论中,针对今年南方雪灾广州火车站运营境况,广州市政协副主席郭锡龄如是论断。

在随后当地媒体的解读中,这一论断被阐释为对铁道部的“炮轰”。有媒体报道说,郭锡龄说到最后声音里都冒出火药味来:“铁道部的人要撤职!”

18日下午,铁道部新闻发言人王勇平做客人民网。其间,针对17日广州市政协副主席郭锡龄的“炮轰”作出“强势”回应:“郭副主席说的一些情况,让我感到惊讶,难以理解。因为这些话既违背事实又违背常识。”

18日下午,记者多方联系郭锡龄,试图对事件作更深入的了解,但据其身边人士透露,“从18日下午开始,要采访郭主席的人就很多,郭主席现在不接受任何人的采访”。

“炮轰”



郭锡龄

连发5招:“铁道部的人要撤职”

17日,在广州市两会政协小组讨论时,一位委员在提到今年南方雪灾广州火车站运营境况,坐在一旁的广州市政协副主席郭锡龄突然忍不住开口炮轰铁道部:“这一次有两个部门要批评,一个是气象部门,之前完全没有预计到天气的严重性。不过更严重的是铁道部!”

到可以用的5号柴油(现在用的都是10号柴油)。

4.明知开不了车还卖票:当时衡阳和株洲已经完全停电,并且不知道何时可以修复电路的时候,已经可以预见未来几天开不了车了,铁道部却还在卖票。

5.本来农民工到火车站上不了车就回去了,可铁道部一声恢复运力,害得农民工又涌到广州火车站。

郭锡龄紧接着列举了铁道部一系列问题:

1.因为断电,只能去找内燃机,最后在新疆才找到。

2.但是会开车的人都下岗了,只好再花时间把他们请回来。

3.找到人之后,又找不

“这些事情铁道部都没有公布。”郭锡龄连珠炮式的“控诉”引来会上许多委员的共鸣,大家都纷纷摇头叹息。郭锡龄说到最后声音里都冒出火药味来:“铁道部的人要撤职!”

回应

“这些话既违背事实又违背常识”

2008年2月19日,铁道部新闻发言人王勇平来到人民网,谈“春运”期间广州地区疏运工作。期间,针对“炮轰”作出回应。

表态:若属实,我首先请辞

王勇平说,郭锡龄先生有关“炮轰”铁道部的报道,我在广东某家报纸、某些网站尤其是在境外媒体上都看到过,影响不小。铁路欢迎社会各界的批评和监督。我们当然也欢迎郭副主席对铁路提出批评意见。如果郭副主席对铁路的指责都是真的话,那么我作为铁道部的新闻发言人首先要请辞。因为,我对他说的这些情况一无所知,这不是一个新闻发言人应有的状态。但事实上,郭副主席说的一些情况,让我感到惊讶,难以理解。因为这些话既违背事实又违背常识。

1 调新疆的内燃机车去广州?

回应:新疆的机车赶到广州,抗灾早就结束了

王勇平表示,作为铁道部新闻发言人,每天都要到调度指挥中心了解当天的救灾情况,及时进行信息发布,从来就没听说过铁道部从长江以北调过任何一台内燃机车到广州地区参与救灾。从新疆调内燃机车到广州更是让人匪夷所思。

新疆到广州铁路里程达6000多公里,把内燃机车开过去,至少要7到10天,何况当时正处于线路非常拥堵的特殊情况下。也就是说等新疆的机车赶到了,广州的抗灾斗争恐怕早就已结束,远水解不了近渴。我不知道郭副主席是通过什么高明的方法把新疆的内燃机车一下子调到广州的。

2 使用返聘、借用和下岗人员?

回应:值乘任务全部由广铁集团人员承担

王勇平表示,事实上,京广铁路南段供电中断后,铁路部门迅速采取内燃机车摆渡的方式恢复京广铁路运行秩序,广铁集团抽调了411台参加摆渡,铁道部又紧急从与广铁相邻的南宁、武汉铁路局调集了146台内燃机车进行支援,共计有557台内燃机车担当摆渡任务;在摆渡运输中,所有值乘任务全部由广铁集团具有内燃机车司机资格的乘务员来承担,没有一名返聘、借用和下岗人员。

3 内燃机车找不到5号柴油?

回应:一直使用0号柴油,从没用过5号的

至于郭副主席说铁路使用内燃机车找不到5号柴油,王勇平表示,据他了解,铁路内燃机车一直以来均使用0

号柴油,从来就没有用过5号柴油。节前,广铁集团在保证正常用油的基础上,在韶关油库库存了500吨、在衡阳及衡阳北油库库存了1400吨、在株洲油库库存了1500吨柴油作为应急用油。从1月28日到2月9日,广铁集团为摆渡机车及各车站发电车共提供4326吨柴油,从未发生一起因柴油供应不上而影响列车运行的情况。

4 明知开不了车还卖票

回应:广东地区2月5日才恢复售票

针对郭副主席说:“当时衡阳和株洲已完全停电,并且不知道何时修复电路,铁路部门在已经可以预见未来几天开不了车的情况下,还在售票。”

事实是,广铁集团春运售票是按照预售期提前10天售票的,在元月25日,广州站就已经售完了2月3日以前的票。灾害发生后,元月26日、27日,广铁集团全面停止了广州地区的售票工作,只保留了广州东到深圳间的城际间动车组和广九直通车的售票工作。整个广东地区的售票工作是2月5日才开始恢复的。

5 一声恢复运力,农民工涌向火车站

回应:铁路部门也在引导旅客别盲目

针对郭副主席所说:本来

农民工到火车站上不了车就回去了,可铁道部一声恢复运力,害得农民工又涌到广州火车站。王勇平表示,事实是,前一段时间京广南段的运输能力情况,铁路方面每日甚至是每隔几个小时就向广州市春运办作了及时通报,铁路部门在尽全力迅速恢复运输能力和秩序的同时,也与广州市政府一道通过多种多样的途径发布相关信息,引导旅客不要盲目向车站集中,地方政府采取了有力措施为旅客留在当地过年创造条件。

反问:“雪战”中 郭副主席身在何方?

最后,王勇平向郭锡龄提出反问,当广大铁路干部职工和广州地区人民群众并肩战斗、奋起抗灾、共渡难关的时候,郭副主席身在何方?他的这些信息又是来自何处?

“广州市委的主要领导同志已经明确表示,个别同志极不严肃、极不负责任的公开言论,决不代表广州市委、市政府,也不代表市人大和市政协。”

王勇平认为,这次抗灾斗争的胜利特别是广州地区滞留的350万旅客的成功疏运,是党政军民齐心协力共同完成的一次壮举,其中凝聚了无数人的心血和汗水,我们理应倍加珍惜。

本报综合消息

专家导购 2008年综合优势将成为中高级轿车主流

2008新年的钟声刚刚响起,中高级轿车市场就已经历兵戎相见,白热化的竞争一触即发。先是一款以运动和力量见长的新车隆重上市,给中高级轿车带来巨大的震动,其与CAMRY凯美瑞的巅峰对决,将成为2008年中国车市最值得期待的车坛盛事。

除了这两款日系双雄外,德系、美系、日系、自主品牌等一系列新车型也纷纷加入竞争,其中有以德国科技著称的、有传承美国风格的、有以跑车为见长的、特点各异,琳琅满目;对于种类繁多的车型,消费者将何去何从,如何理性地选择适合自己的车型呢?从产品竞争力而言,2007年CAMRY凯美瑞以综合优势、均衡品质取得了巨大成功。CAMRY凯美瑞的成功告诉我们,综合优势已经成为近年汽车消费的主流。因此,我们可以推断,2008年综合优势将继续引领中高级轿车的潮流。

理性购车时代,综合实力赢得市场

随着中国经济的持续繁荣,一大批新富裕阶层相继涌现,他们具有强大的购买力,从而催生了中国车市的空前繁荣,由于这群富裕阶层的基数越来越大,中高级轿车已经不再是属于少数人的专享,逐渐成为越来越多人的首选座驾。他们对汽车的需求,更趋向务实和理性。选择一款既能适用于商务场合,又能彰显个人品位的车型,是大多数人的第一追求。所以,无论是外观和内饰,还是智能装备和动力操控,亦或是燃油经济性和售后服务,他们都有全面综合的考量。正是这样,市场上对中高级轿车的要求达到了一个全新的高度。只有综合实力突出,符合大多数人口味的车型,才能成为引领市场的主流车型。

纵观当今中高级轿车的几个主流品牌,都是在全球市场叱咤风云的工业车型,其中不乏我们耳熟能详的著名品牌。但是,并不是每一款车型都能在中国取得成功,有些表现平平,有些甚至在中国市场

遭遇了滑铁卢,折戟沉沙。有些车型在国外市场销量极佳,有标榜科技先进的,有以运动性能见长的,有以豪华品位著称的,但一到中国之后,其市场表现却让人觉得名不副其实。其中的原因有很多,但究其最重要的一点是没有按照中国消费者的习惯来调整产品策略,只靠单一的优势并不能满足消费者日趋理性的需求。

在这一点上,CAMRY凯美瑞无疑是做的非常出色的。无论从外形到审美习惯,动力操控性,还是从更大家族的宽容度,都能很好地满足新富裕阶层对中高级轿车的全新需求。可以这样说,这款车型的推出,让中高级轿车的标准达到一个空前的高度,一改以往中高级轿车的格局。凭借无可比拟的综合优势和均衡品质,CAMRY凯美瑞以17万车销量的辉煌之势,夺回中高级轿车市场,缔造了令人瞩目的CAMRY现象。



CAMRY现象的启示,均衡是硬道理

CAMRY凯美瑞在中国市场的巨大成功告诉我们,市场上并不需要特别独特的“独行侠”,像一些运动性能出众的车型,也许只有热爱开车的人才会青睐于它。对于更多的人来说,更加重要的是“人见人爱”的主流座驾。达到“人见人爱”的境界,并不是一件容易的事,是需要很高造诣的。CAMRY二十多年来,就一直致力于此。在每一代CAMRY成功的基础上,工程师们都将国际最喜爱的特点加以继承和发扬,及顾客所诟病的缺点进行彻底改善,如此踏踏实实历经6代的改善,不断将品质标准推向新的高度,到第6代CAMRY凯美瑞得以呈现出极致的状态。在丰田的产品哲学中,这种坚持改善的理念有一个专门的名词——均衡。这种均衡的思想被贯穿到CAMRY凯美瑞每一个细节,因为只有均衡才能适应全球不同地区、不同人群的要求。CAMRY之所以风靡全球,取得

1000多万的销售,靠的正是这个人人称颂的均衡之道。

就产品的竞争力而言,无论从哪个角度看,CAMRY凯美瑞都是一款近乎完美的产品,尊贵、精致的外观,非常适合商务人士使用;内饰优雅舒适、做工细腻,彰显出个人的独特品位;车身的整体调校也带来了更舒适、更轻松的驾乘感受;C-NCAP五星安全认证,人性化的智能装备,每一面都显得浑然出众;再加上准确的丰满定位与产品的全面均衡,CAMRY凯美瑞实现了综合性能与整体品质的最佳平衡。难怪有专业人士一语道破,CAMRY凯美瑞不仅是个别方面比较突出,更难得可贵的是能够达到全面的优秀。业界上把这个称之为中高级轿车的全面标杆。从上市至今,CAMRY凯美瑞在市场上的巨大成功,也充分印证了“全面优秀,均衡品质”价值观的远大竞争力。

鉴于CAMRY凯美瑞的巨大成功,其他竞争车型也纷纷仿效,不约而同地走向均衡路线。比如以出色运动性能著称的CAMRY凯美瑞抗衡的车型,改款后刻意加长加宽车身,向尊贵、宽大的主流靠拢,这样就不可避免地牺牲了原来的运动性能,诸如这种向主流靠拢的做法,在中高级轿车市场上逐渐成为一种潮流,而CAMRY凯美瑞傲立潮头,集20多年均衡之大成,显得从容而自如。



品牌和服务成为决定购买的关键

在今后的发展趋势上,产品的同质化将日益严重,且经过长期累积起来的品牌效应和售后服务将是激烈的竞争所在。毫无疑问,谁先占据这个制高点,谁就将先占得先机。TOYOTA之所以能成为全球汽车制造商的NO.1,其极具前瞻性的发展眼光值得我们学习的。

作为广州丰田投放国内市场的第一款产品,为了制造CAMRY凯美瑞这款世界顶级车型,广州工厂汇集了当今TOYOTA顶尖的生产设备和技术,

建设成“21世纪丰田全球模范工厂”。为了给顾客带来与众不同的CAMRY体验,全新的广汽TOYOTA销售店率先导入全球领先的e-CRB顾客关系管理系统,以创新的信息化服务给顾客带来全新的服务体验。先进的工厂、创新的渠道、卓越的产品,所构成的“二位一体品质”,犹如三根坚实的支柱,共同撑起广汽TOYOTA那颗宝石的品质体系。除了在产品竞争力上出类拔萃外,在产品以外的附加值上,CAMRY凯美瑞出色的均衡性也得到了很好的延伸。可信赖的品牌,贴心的服务体验,让CAMRY凯美瑞达到一个前所未有的品质高度,正是这种从外到内的均衡,让消费者心甘情愿地进入汽车市场,为CAMRY凯美瑞赢得了长期而持续的关注和信赖。

就产品竞争力而言,CAMRY凯美瑞是一款综合性能和整体均衡性都非常优秀的车型;就品牌和服务的口碑而言,无论是从10年“全球第一”的品牌声誉,还是CAMRY的全球中高级轿车引领者的血统,亦或是从生产工艺和售后服务,CAMRY凯美瑞都具有不可替代的竞争优势。主流座驾的风采,自此彰显无疑。展望2008,纵然竞争激烈,CAMRY凯美瑞的标杆地位也将不可撼动。



2008中高级轿车的8大趋势:

- 外型要求上,既要有商务的稳重,也要有个人品位的尊贵
- 充沛自如的动力操控,适合都市路况的舒适驾乘
- 宽大的车内空间,丰富的豪华装备
- 智能装备定义一部汽车的科技含量
- 安全性能不可忽视,C-NCAP五星安全具有重要参考意义
- 均衡品质,综合优势是衡量的重要标准
- 好的品质一定来自优秀的汽车工厂
- 尊贵、贴心的服务,是终身的品质保证