



统一刊号
CN32-0104
邮发代号
27-67
主办
江苏凤凰出版传媒集团
出版
江苏现代快报传媒有限公司

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
网址
现代快报网 www.xdkb.net
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

今日值班
张星 张名青
封面叠主编
王磊
头版责编
刘伟
版式总监
沈明

零售价每份1元

政府大院建基站,这个可以有

如果就连最浅显的道理,也无法说服人们放弃偏见和“就不听”,最好的办法就是“我先上”:地方党委政府做出表率,以实实在在的举动证明,只要基站规划科学、建设合理,就没问题。万一有问题,那就“我来扛”。

现代快报首席评论员 伍里川

继三亚市委大院向移动通信基站开放建设之后,位于三亚市政府办公大院内的基站也建成。相关报道称,三亚市委市政府带头在办公区内建设基站,用实际行动消除了公众疑虑。

受通信基站辐射有害健康的传言影响,居民集体抗议、阻拦建设甚至私拆基站的事件在国内屡有发生。三亚市的做法,好就好在用透明和“我先上”的办法遏制传言、取信于民。

推行公共项目,必须透明,把事儿跟老百姓说清楚,满足老百姓的知情权。

建基站那就建基站,行不更名坐不改姓,让老百姓看个真切。

几个月前的一条消息,相信让很多人想笑却笑不出来。在武汉,某基站的建设方怕居民反对,花三倍价钱将通信基站伪装成大树,基站离周边居民楼均有90多米。结果还是被居民发现了,把事情“捅出来”,弄得有关各方相当被动,相当尴尬。你说这叫什么事?

不透明,必然会遮遮掩掩,甚至花招、歪招尽出,惹来想不到的麻烦,闹出意想不到的笑话。在这个问题上,

这些年的教训太多了。一些项目为了“顺利”上马,不出风波,干脆偷偷来,结果适得其反,形成焦点事件。

当然,公众对于不少公共项目的了解和接受程度还不高,出于担心受害的本能,人们总是选择对不甚了解的事物敬而远之。邻避效应某种意义上也正是说明了这样的心理。

这个时候,宣传和引导是必需的。对于基站电磁辐射的问题,北京邮电大学信息与通信工程学院副教授郑侃曾解释过,基站密度增大,单个基站服务面积减小,基站设备发射功率降低,辐射反而会降低。相信这样的解释能够帮助人们提升认识层次。

而如果就连最浅显的道理,也无法说服人们放弃偏见和“就不听”,最好的办法就是“我先上”:地方党委政府做出表率,以实实在在的举动证明,只要基站规划科学、建

设合理,就没问题。万一有问题,那就“我来扛”。

建在党委政府大院里的基站让人感受到“我们在一起”的决心和诚意。越是公众疑惑的时候,越是需要官方站出来为公众“遮风挡雨”,继而唤起共识和理解,推动公共事务向纵深处进发。

近年来,官方喊出“我先上”的城市并非个例。上海市委市政府在2009年即率先开放办公大楼楼顶建设移动通信基站。海口市也完成了政府机关内建设基站的任务。

媒体还报道过,湖北石首市分管通信的副市长会上说,自家住宅楼顶就安装有4G基站,妻子怀孕母子平安健康。这类叙事颇具说服力。

传言中的夸张和扭曲成分是不见的病菌,而官方主动参与、透明公开就是“杀菌”的必备“良药”。三亚等地的做法再一次验证了这一点。

议事

《国务院办公厅关于解决无户口人员登记户口问题的意见》下发之后,目前已有20个省份出台了无户口人员落户的实施细则,一些地方还进一步细化了无户口人员的分类,多地还优化了落户程序,并强调禁止设立不符合户口登记规定的任何前置条件。这无疑值得称赞。

然而,要让“黑户”这一老大难问题彻底消失,恐怕还需要一个漫长的

让“黑户”彻底消失还需继续努力

过程,还需要更多的努力。

我国正处于社会发展转型与新型户籍制度建立完善的叠加时期,尤其是“农村户籍升值”与“严格控制特大城市人口规模”交织在一起。极少数无户籍人口户口登记过程中的趋利性不可避免,“农村户籍升值”较明显的地方,可能因为不愿分享改革发展成果而阻碍无户籍人口的户口登记,一些特大城市也可能急于求成或

者是说不出的原因,拖延或阻碍无户籍人口的户口登记,致使少数“黑户”人口无法立即获得户口登记。

要彻底解决“黑户”问题,就需要在实践的基础上,微观和宏观继续努力。微观的角度,一方面是对实际过程中发现的新情况新问题,要尽快形成全国性统一指导意见,另一方面是要高扬“以人为本”的旗帜,不要与个体的趋利性斤斤计较。宏观的角度,

要将户口登记与人口流动结合起来,人口流动本身就是为了获得发展机会,或者为了增加收入,或者为了享有高端医疗、教育、文化、艺术等公共服务,这就需要进一步着眼全国,促进区域协调平衡可持续发展,以消除对特大城市情有独钟的趋利动力。

湖北 郭文婧

本版投稿邮箱:cyqxf62@126.com

全城热恋:民生银行“LIFE”非金融服务继续创新

为迎接中秋佳节的到来,民生银行南京分行日前在无锡、泰州、宿迁、镇江等省内城市成功举办了以“Love for life,全城热恋”为主题的非金融服务系列活动。此次活动邀请到优秀企事业单位的数百位青年参与,而“全城热恋”正成为民生银行南京分行零售 LIFE 品牌在关爱非金融领域服务需求,帮助客户实现美好品质生活中的创新内容之一。

优质受薪单位支持 老客户带来新朋友

谈及此次举办“Love for life,全城热恋”活动的初衷,民生银行南京分行相关负责人表示,在中秋节到来之际,希望有情人终成眷属,每一位单身男女都能找到属于自己的幸福,这就需要一座桥;而旗下 LIFE 品牌亦是透过特色非金融服务来帮助客户创造价值的一座桥。因此,才有了这次全省联动的“Love for life,全城热恋”系列活动。

据了解,一些优质受薪单位在听说要举办“全城热恋”的活动后,纷纷要求组团来参加,甚至有的单位提出让工会主席

带队,并表示要现场“把把关”。不过,考虑到同一单位员工的感受,避免同单位员工间的相亲尴尬,民生银行在结合优质受薪单位需求的同时,邀约了金融同业、电信、医疗、公安系统,以及部分大中型企业的青年员工参与,从而能够认识更多的朋友。比如民生银行宿迁分行,首先邀请的是通讯公司和当地知名商超企业,但同时联系了证券、保险、国家电网,以及其他优秀的行政、企事业单位员工。虽然确定的男女参与嘉宾名额为各20人,但实际到场人数近60人。

一位来自医疗系统的女青年小周说:“领导一通知是相亲,我就不想来;但后来解释说是民生银行举办这次活动,我就来了。一是来的都是民生银行的客户,说不定有合适的;二是自己一直很青睐民生银行的活动,上次的‘民生乐跑’就很好玩。”另一位女青年表示,本来她是自己一个人来的,但家里听说是民生银行的“全城热恋”活动,就一个传一个,最后带了好几个小姐妹一起来。大家都说,还是第一次参加银行组织的交友活动,既安全又好玩。



图为民生银行南京分行“全城热恋”活动现场

Life 品牌接地气 细分非金融领域需求

参与现场活动的一位优质受薪单位负责人坦言,自己也是第一次结合银行举办“交友”活动,民生银行不仅策划好、现场活动氛围好,而且邀请的客户群都是优秀企业的青年员工,年轻员工回来都说很满意。

值得注意的是,作为民生银行 LIFE 品牌又一次落地活动,民生银行在非金融服务领域不断创新。此次活动除了满足优质受薪单位的需求,关爱企事业单位员工,又很好地推介了民生银行金融产品和非金融服务理念。特别是在金融消费安全方面,民生银行利用这次聚会的机会又做了一次面对面的宣讲,结合近期案例,介绍网上用卡安全、防诈骗的小窍门。而针

对有理财需求的潜在客户也安排客户经理做资产配置的单独介绍。比如在民生银行泰州支行,一场活动下来后,成功开卡4张,手机银行2个,直销银行2个,办理理财32万元。分析认为,正是因为客户对非金融服务的认可才转化成为对金融服务的认同和参与。

民生银行南京分行相关负责人表示,未来,针对“民生 LIFE”非金融服务的创新和实践还将加强,通过细分非金融领域的需求,如求学、旅游、科技与创业等,开展各类特色活动来满足客户的非金融需求,通过 LIFE 品牌来增加客户的黏性并挖掘潜在客群,实现精准营销、有效服务。

广告

面对面建群欢乐多 开辟线上互动专场

为了组织好此次“Love for life,全城热恋”活动,民生银行各分行也是想足了点子。在预热阶段,无锡分行邀请了无锡团市委青年交友中心的“无锡找对象”平台参与策划;盐城分行积极筹备,提前两周开始预热,在公众微信号发布活动宣传。事实上,各个支行都充分发挥自媒体的优势打造话题热点,宣传和推广此次活动,吸引客户参与。

据民生银行工作人员介绍,在活动地点的选择上,大都是当地年轻人喜欢的咖啡馆、茶吧;民

生银行参与包场的方式保护客户隐私,让大家能够以放松的心态参与活动。活动开始的时候,通过扫码签到、面对面建群,让大家先通过微信“团结”在一起,然后开展趣味活动,比如“8分钟约会”、“男女默契”等适合青年参与的小游戏;最后还能通过微信群继续讨论,开展更多的线上线下交流。

此外,为了更好地营造活动氛围,宿迁分行邀请了宿迁电视台知名节目主播杨晓春担任主持人,她很好地控制了现场秩序,点

燃了大家的热情,整场活动有条不紊,同时又气氛火热,得到参与者的一致好评。盐城分行邀请当地著名婚庆公司司仪现场主持,气氛轻松活跃,互动热烈。

民生银行镇江分行的活动拉了赞助——恒顺醋饮,而活动地点觉慧茶院和恒顺醋饮两个单位的公众号都主动为此次活动做宣传,最后确定到场参与的嘉宾有47位。不少参与活动的客户表示,现场很轻松,只是来交朋友的,完全没有相亲的尴尬,多了一些生活的乐趣。

版权

声明

现代快报社旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

①任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权;②本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权权益的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任;③欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783677)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师