



PPMG

凤凰出版传媒集团

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

今日总值班

倪治清

封面叠主编

王磊

头版责编

颜玉松

版式总监

沈明

零售价每份1元

# “共享马扎”，你是来认真搞笑的吗？

那些被随意放置在街头很有可能把人家老奶奶绊摔跤的所谓共享马扎，其背后的运营模式还停留在街头发小广告的层次上。

现代快报首席评论员 伍里川

北京出现的共享马扎，好像是来演搞笑片的。

马扎还是马扎，坐法还是那个坐法，只不过，马扎的面上，印有很大力的二维码。别小看这个二维码，如果没有了它，您凭啥说它是“共享马扎”啊。

可是，这种既不要押金，也不设密码的马扎，屁股直接坐下去不就完啦，还刷什么二维码呢？这二维码不就是逗你玩吗？

据说北京街头投了上千个共享马扎，但丢失率很高。

对此，公司方面向记者表示已料到该情况，算是公司项目的前期推广，还有一半目的就是为了做公益。

这么一说咱就懂了，马扎给你免费坐了，顺走也没关系，但是你的眼球得给公司贡献点“视力”：马扎上印了什么你得看啊，公司搞推广，你有意无意也得配合点啊。

人们都觉得这投共享马扎的是傻得不透气，其实人家玩的是很神秘的套路。

说白了，这就相当于商家街头免费发小扇子，上面有广告，有二维码。最流氓的要算是那些听都没听说过过的医院，印了花花绿绿的杂志，上面情啊爱的乱七八糟一大堆。

等着吧，说不定没多久，共享扇子、共享小杂志就该出来了。

你以为你免费得到了那些，其实

你是看了一回广告，换句话说，你是替人省了一笔广告费。

创意糙得掉渣，走的还是简单粗暴的路数。这样的路数，和真正意义上的“共享”距离很远，下出的是一步坏棋。

当然，“效益”未必差。前一段被炒得火热的“共享雨伞”事件，大家也觉得投共享雨伞的人一定是来学雷锋的。但是，其实人家玩的是商业游戏。

掏了19元押金，顺走只值9.9元的雨伞，心情可能还很不错。可实际上却成了无人营销活动的冤大头。

这话并没有扯远。

近年来，众多打着“共享”名义招摇过市的玩意儿，正在伤害着共享经济，或者说，正在一点点玩坏“共享”。

同时，也正把刚刚对共享有点感觉的国人带进沟里。

要不了多久，那些本来就对共享经济一知半解的人就会认为，参与

共享的用品必须是个傻瓜，比如印上二维码的共享厕纸，印上二维码的共享筷子……

共享经济牵扯到三大主体，即商品或服务的需求方、供给方和共享经济平台。

共享经济向人们提供着极其简便的用品使用方式，但是并不意味着搞笑、蹭痒和思维停顿。

那些被随意放置在街头很有可能把人家老奶奶绊摔跤的所谓共享马扎，其背后的运营模式还停留在街头发小广告的层次上，无论是城管还是多数行人，恐怕都会感冒。

真有心搞公益，你可以带一批马扎，上地铁和公交车，给那些无座的人提供精确的帮助。

此前，有媒体直指中国的“共享”可能已经太多了，暗示“共享过度”。

照咱说，这是误读，国人接触到的所谓“共享”多是“伪共享”。他们以为咱跑步前进了3000里，其实是被逼真的假动作给晃晕了。

## 读报有感 大学生得好好学点防骗术啊

湖南长沙南方职业学院大二学生林华蓉身陷传销组织后跳水身亡。读了8月14日现代快报上这则新闻，心痛不已。

大学生太需要学点防骗术了。骗子们花样再多，你只要多留个心眼，

也不会轻易上当的。

首先，联系方式上，正规的公司有固定电话和公共邮箱，不太可能用手机通知或以个人qq邮箱发送；二是远离高薪低门槛；三是面试地点若是设在居民楼、没有张贴公司

标志的写字楼、咖啡店等处，很可能有骗子正在等你上钩。还有，正规的公司不会强要各种证件，如身份证件复印即可，原件只作比对，且体检、培训等费用多由公司出。而骗子们往往让你交钱，并扣下你的身份证件。此外，正规的公司一旦录取人后，会与你签下正规合法的劳动合同，而骗子们不会这样做。

南京 汪兴福

本版投稿邮箱:cyyxf62@126.com

# 为客户带来保姆式服务的好人——朱劲松

编者按

鱼米之乡、富庶之地。中国工商银行江苏省分行扎根江苏这片热土，在金融支持经济发展和服务民生的过程中，涌现出一批又一批具有“工匠精神”的人物代表。他们中有的长期坚持在一线岗位，具备点钞、核验票据、防范诈骗等“绝技”；有的长期专注于市场营销与客户服务，对企业情况了如指掌，对待客户视为亲人；有的是为客户提供专业的财富规划、受到客户高度认可的理财师；有的是对银行业务运行精益求精、对优化业务流程孜孜以求的行家里手……他们用实际行动感动身边的人，用平凡工作为“两聚一高”新江苏的建设添砖加瓦，进一步树立了工商银行稳健、专业、安全的社会形象。今天起，《现代快报》将走近工行江苏分行的“大行工匠”，听“大行工匠”及其身边人“说说”工匠们的故事。

在苏州吴中，有一位家喻户晓的工行劳模，朱劲松。他是一名普通的客户经理，却是“全国金融五一劳动奖章”获得者，被工商银行总行授予“全国百佳服务标兵”，被省里授予“江苏省文明职工”……然而，在一连串荣誉的背后，朱劲松最在意的却是“吴中好人”的称号，他说：“工作那么长时间，大家评价我是一个好人，我就很满足了。”

现代快报/ZAKER南京记者 李喆/文 路军/摄

## 保姆式的服务法，朋友圈里藏了一个顾问团

采访朱劲松的时候，他正在向一位客户介绍工行的交通信息卡，两人好像老朋友一样在拉家常。客户陈女士告诉记者，与朱劲松相识才大半年，“一开始也不熟悉，但是朱老师很热情，说不仅理财上的事情可以找他，家里有什么事，有需要帮助的地方都可以找他，还留了自己的电话给我。”

尽管只是简单的寒暄，但没有想到朱劲松真的能帮上忙。有一天，陈女士的小孩子生病，就诊后一时没好，比较着急。她突然想起朱劲松说的话，有事可以找他。陈女士抱着试试看的心态问朱经理能不能帮忙？朱劲松赶紧让陈女士

去找当地有名的儿科专家罗静媛医生，很快就把孩子的病看好了。

有了这样一次帮助，陈女士成了朱劲松的粉丝。罗医生也是他的粉丝，只要是朱劲松请她帮忙，罗医生从来都不拒绝。她说：“给孩子看病有什么麻烦的，这是大家信任我，也是信任朱经理。”

其实，在朱劲松的“朋友圈”里，还有学校校长、教师、律师、房产经纪人等，这些人的共同特点就是把理财的事情交给朱劲松，但在朱劲松的客户需要帮助的时候，他们就发挥自己的专业本领来帮助更多的人。比如有的咨询小孩入学的，有的问房子买卖的，有的问如何打官司……

朱劲松说，他已经初步建立了一个涉及多个领域的顾问团，从而能够为客户提供更多理财以外的非

金融服务。他的这一套服务理念被称为“保姆式”的客户服务法，让工行成为了“不收中介费的中介”，实现非金融领域的极大延伸。现在，在吴中地区，“有钱找工行朱经理理财，有事找工行朱经理帮忙”成为很多客户的口头禅。

## 因为专业所以信任，他要为太湖工匠定制金融方案

尽管在工行已经工作了三十多



客户有理财需要，可以来找我；有困难也可以来找我。

——朱劲松

她是工行江苏省分行营业部运行管理和内部控制的专业人士，是风险控制的把关人，她坚守铁账、铁款、铁规章的“三铁原则”。她是沈桂英，一名普通的基层管理者，也是“大行工匠”。



朱劲松(右)正在向客户介绍工行产品

年，但是，朱劲松真正走上客户经理岗位是近十年的事情。他中年转岗，与年轻人一起学习考试，获得注册金融理财师(CFP)等资格证书。十年时间里，他完成了从后台走向前台的转变，从第一个客户到3500名中高端客户，朱劲松用自己的专业度、责任心获得了一个又一个客户的尊重和支持。

在他的客户群中，还出现了很多一家三代、亲友团客户的情况。一次，一位中年女士来办理业务，她认识朱劲松以后，觉得朱经理很不一般，不仅把她自己的理财需求规划得井井有条，还会根据家庭资金需求进行调整。然后，这位女士就让自己的母亲、女儿都把钱给朱经理打理，朱经理同样会给出专业、及时的理财建议。

目前，朱劲松的服务方法被工商银行江苏省分行总结为“朱劲松先进工作法”并向全行进行推广。吴中支行也专门创设了“朱劲松理财工作室”，该工作室不仅成为向

客户展现工行品牌形象的窗口，而且利用该平台帮助行业年轻员工快速成长。朱劲松的一位徒弟说：“我最佩服的就是朱老师的专业度，每次有新产品上线的时候，他都会仔细了解产品特点，然后匹配给合适的客户，让客户买得放心、持有得安心。”

工商银行苏州吴中支行纪委书记潘志伟评价说，朱劲松一直以专业的投资眼光和真诚的服务为客户的财富保值增值，他坚持“不唯任务为服务，不为自己唯客户”的工作作风成为行业员工学习的榜样。“他还坚持创新，结合吴中地区玉雕、核雕、刺绣大师多、工匠多、劳模多的特点，朱劲松提出了‘太湖劳模(工匠)家’项目介绍，通过劳模服务劳模，为这些大师、工匠带去理财服务、融资服务，力争为劳模群体提供‘一人一策、私人定制’个性化金融服务综合理财方案，用劳模精神展现工行人勇于承担社会责任的大行风范。”

现代快报/ZAKER南京记者 李喆/文 路军/摄

版权声明

现代快报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的违法行为，将采取一切合法措施，追究行为人的侵权责任；

本报法律顾问

江苏曹骏律师事务所 曹骏律师