

泉眼

一人E语

与其傍名牌不如“傍”诚信

钟倩

“有一家长寿坊羊汤馆,打着《舌尖上的中国》(以下简称《舌尖》)的牌子,可是我把整部片子看完,也没有找到这家羊汤馆。”济南市民王先生称,他认为这家羊汤馆涉嫌傍名牌栏目欺骗顾客。近日,记者发现,随着《舌尖》等美食栏目走红,民间小吃傍名牌栏目成了普遍现象。对此,济南市工商部门表示,这些广告涉嫌违法。(详见《齐鲁晚报》4日C04版)

小店铺傍名牌,无非是为了招揽生意,进一步说,是为了借助名牌栏目的名气而赚取经

济效益,以吸引更多顾客的眼球。毋庸置疑,这种行为明摆着是虚假宣传,欺骗消费者,滥竽充数,有失诚信。然而,市场对这方面的监管存在很大漏洞,所以,商家会心存侥幸,见有的店铺傍名牌宣传,无底线包装,自己也跟风模仿。时间久了,形成一种恶性竞争,有悖于社会经营准则,扰乱市场秩序,最关键的是会影响城市的文明程度。

站在市民角度分析,遇到傍名牌的小店,有些市民会感到被捉弄,花钱是冲着名牌栏目来的,到头来却被山寨一把,吃得很窝心,还会对食品安全

徒生隐忧;而有些市民则对此见怪不怪,因为经历得多了,知道这些店铺的宣传手段,觉得无所谓。

治理小店傍名牌问题,相关部门仅靠一阵风的查处以及坐等群众举报等老思路,很难奏效,或者说根本触不到痛处,商家会闻风而动,等到风声过去,继续涛声依旧。笔者建议,相关部门应与时俱进,创新思路,多措并举,拿出切实可行、有威慑力的管理措施。不妨尝试创建社会征信体系,与商家签订诚信协议书,对挂着羊头卖狗肉式的虚假宣传、造势宣传、侵权宣传等,进行重拳处

罚,一经发现,立马与征信机制形成联动,制约其今后的经营行为、金融贷款、投资创业等,这样一来,就能斩断虚假宣传的利益之手,从根源上避免此类现象的蔓延与扩展,维护正常的社会秩序,也是对社会诚信建设的促进。

小店傍名牌宣传,既是诚信经营中的失守,也是法治济南建设中的不和谐音符。希望相关部门能够大胆尝试,应对新形势下的管理瓶颈,启用诚信经营机制,遏制虚假宣传的火苗,这不仅是维护广大市民的合法权益,也是城市文明发展的重要内容。

破解用工难 温情牌要常打

知新

年后,“招工难”如期而至,又成为一些企业的难隐之痛。尽管部分企业采取了加工资、增福利、给保障等措施,但见效却并不明显,且呈愈演愈烈之势。

不可否认,随着经济快速发展、城乡差别缩小,当下求职者的就业机会增多、择业余地增大,再加上新生代农民工们文化程度变高、民主意识变强,不仅注重专业技能的对口,更追求企业福利待遇和以人为本管理的提升,选择就业已由“求生存”向“求发展”转变。

破解“招工难”,最现实的办法是提高待遇。以“薪”招人是一个方面,用“心”留人则更为重要,并且贵在平时,而不是“用工荒”、“招工难”时才“临时抱佛脚”。由此而言,企业经营业主必须切实转变用工观念,既要有效提升好薪酬待遇,也要给予员工更多的职业尊严、发展机会和人文关怀,提高员工对企业的忠诚度、归属感。

而对一些劳动密集型尤其是处于产业链下游的中小企业来讲,“人口红利”慢慢消失,仍然指望使用廉价劳动力已不现实,再加上工作劳动强度大、人文环境差、行业口碑不佳,要想招人乃至留住人,无异于痴人说梦。

对于企业,提高员工待遇虽说可行,但需有可观的经济效益作后盾。面对激烈的市场竞争,一些中小企业尤其是低端企业缺乏“话语权”,“保生存”已是举步维艰,再要“挤”出微利来应对不断上涨的用工成本,既是力不从心,也非常久之计。归根结底,此类企业要紧跟产业发展方向并具有更强的盈利能力,才有实力改善用工待遇,让员工们更多地分享到发展成果。

杠子头话题征集

本报剪子巷杠子头栏目自创办以来,得到了众多友友的支持与厚爱,为将杠子头栏目办得更好,集思广益加强与友友的互动,现向广大读者征集每周一次的杠子头话题,征集那些围绕济南、贴近生活、适合开杠的话题。如果您有适合开杠的话题,可以告诉我们,您可以发送至邮箱qjwbjzx@163.com,并附带您的联系方式。如果您的话题被采用,将会在杠子头栏目公布并有相应稿费。

剪友巷议

统一“东家”能否管住停车乱象

停车乱收费、收费主体不明确等停车乱象不少市民都经历过,为刹住停车乱象,济南市政府授权济南停车集团专营城市道路停车资源,全面负责城区道路停车泊位的收费管理。目前全市17000多个道路停车位已经收编过半,达到8000余个。管理“多头归一”能刹住停车收费乱象吗?剪友们议论纷纷。

“多头归一”便于维权

④李梅杰:过去停车管理属于“多头部队”,各自在自己的一亩三分地里坐地收租,难免会出现乱收费现象。现在好了,有了停车集团这个独立大队,便于管理,便于监督。建立停车集团独立管理,可以说是停车管理“好声音”。

④晓慧:在多头管理的情形下,停车收费是一笔糊涂账,而停车收费管理统一到停车集团后,停车费上缴财政后将用于城市道路和公共停车设施等的建设。当然从车主手中掏出的钱是否真正用到了该用的地方,要透明化。

许多方面鞭长莫及

④陶玉山:停车乱象在城区内随处可见,甚至有乱停车的地方就会乱收费。由于各种客观条件的限制,鞭长莫及,不可能做到将城区所有的停车乱收费现象根除。更何况其收编的道路停车位才过半呢。没有纳入的停车位更是数不胜数的。真正解决停车收费乱象还有很长的路要走。

④田华:之所以会出现停车收费乱象,主要还是相关部门的监管不到位及市民投诉无门所致。即使“多头归一”,若没有明确的监管机制,收费价格不透明,相关投诉渠道不畅通,也很难制止乱收费问题。相关监督

管理部门的投诉电话应公布于众,真正做到公平、公正、公开、透明。

解决车位供需矛盾是根本

④鲁箭:授权停车集团特许经营城市道路,只能解决停车多头管理问题,对于解决资金流失问题大有裨益。但如果车位数量有限、远远达不到停车需求的话,那乱停车、乱收费问题仍旧会长期存在甚至愈演愈烈。停车位充足与否是解决停车乱象的最关键的症结所在。建议城市发展要将停车位问题纳入城市规划中,比如,在旧城改造、提升或新城建设中要加大车位规划设计。

有么说么

电视购物莫成电视购“无”

徐剑锋

399元买智能手机还赠“名表”,订购时19元收货时成了299元,700元买眼药水想退要赔一半钱……2日一天时间,本报就接到了3起针对电视广告购物被购买的读者投诉电话。如今,电视购物成为老年人购物的一大渠道,而电视购物广告一直存在着监管不严、投诉无门的问题。(详见《齐鲁晚报》4日C06版)

打开电视机,铺天盖地的电视购物广告总会随之而来,尤其在深更半夜更是占据主导地位,

依托现场演示、现身说法等手段,把产品夸得一好百好,价格说得一降再降,经过极具诱惑力的“狂轰滥炸”和反复折腾,怎不令人怦然心动?

电视购物以其短、平、快的优点,确实给公众购物消费带来了便利和实惠,也赢得了广阔的市场空间。值得注意的是,由于准入门槛太低,缺乏有效监管,以及商家“赚一把就走”的心态泛滥,现今的电视购物要么是虚假信息过多,要么是假货劣货充斥,要么是售后服务无法保障,购物成为名副其实的“购无”,不

仅直接损害了消费者的权益,也给整个行业造成了不易治愈的“内伤”。

再仔细想想,公众之所以如此信赖电视购物,很大程度上是冲着电视媒体的品牌形象来的,说白了是对电视台的一种无限信任。对电视媒体来讲,尤其需将信任变成责任,在广告内容的把关上严之又严、审核中细之又细:广告宣传中有没有误导和蒙骗消费者的故意?内容是不是讲得真实可信?只要多一份责任心和辨别力,是完全可以避免虚假广告出现的。再者,

针对消费者的投诉及时“预警”、惩戒商家,更能起到正本清源的功效。

明码标价、童叟无欺,这是经商的最基本准则。对电视购物来讲,更应带头自觉遵守、自律执行,用实笃笃的诚信赢得公众的认可。唯有如此,电视购物才能走得更远,真正成为消费时尚。当然,工商、物价等部门也应把加强管理,规范行为纳入日常监管范围,严格落实《广告法》的相关规定,加快推行诚信资质认证和评级标准,不再让电视购物“失控”。



济南恒隆广场

恭祝全省人民元宵节快乐

阖家幸福美满

只选好的 只做对的

