

公交站台“爱心零钱盒”全丢了

本是小学生为方便没零钱的乘客捐设的,却遭遇了“黑手”

洪家楼第三小学二年级四班孩子们的“爱心试验”失败了。13日,64名小学生在洪家楼附近的10个公交站台设置了爱心零钱盒,供乘坐公交车却没有零钱的市民取用。初期效果良好,有存有取,有的零钱盒从四五块钱变成了二三十元。但是24日有市民发现10个零钱盒全没了。

本报记者 孟燕 实习生 刘艳 尹或



3月13日,洪家楼第三小学二年级四班的孩子们在10个公交站台设置了爱心零钱盒,供乘坐公交车却没有零钱的市民取用。但24日一早,市民发现10个零钱盒一夜之间全没了。(学生家长供图)

爱心零钱盒解燃眉之急,初期效果不错

“多好的点子!坐公交车没带零钱,只能去商店换钱,站台的零钱盒就能解燃眉之急。现在咋都没了?”24日,在花园路北侧洪家楼站点,等车的市民张女士表示,她上周特别注意过公交站台上的这些“爱心零钱盒”。

她介绍,在公交候车亭广告箱上贴着一张粉红色纸,上面写着“无零钱乘车者可取用,有零钱可投入,奉献一份爱心”。贴纸下面则是手工制作的零钱盒,有的是塑料盒,有的是纸盒。“零钱盒没有人看

管,自己取用就行。”张女士强调,虽然取用零钱的市民并不算多,但这种“小爱心”让人心生温暖。“也挺考验大家素质的。”

“以前就放在这个位置,纸盒里有几块零钱。有人往里面放钱,也有人取钱用。”在花园路南侧二环东路站点,市民武先生比划出此前零钱盒的位置。他表示,虽然忙着挤车,但是这个零钱盒还是吸引了他的注意。“还有人拿出手机拍照。”

洪家楼第三小学二年级四班的学生们是零钱盒的发起人。班

主任田燕介绍,12日当她得知外地中学生发起了这类活动后觉得挺好,13日中午,学生们就捐出了75元零钱,并利用废旧可乐罐、纸盒等作为零钱盒,粘贴在洪家楼附近的几个公交站台。

“二环东路,七里堡,洪家楼,花园路中段等站点共制作了10个爱心零钱盒。初期效果不错,有的零钱盒开始就只有四五块钱,过了一两天就变成了二三十元。”田燕介绍,零钱有存有取,将爱心不停地传递下去。

没人维护陷尴尬,“一夜消失”考验城市良心

让孩子们和田燕略感失落的是,零钱盒一夜之间就没了。24日,记者在二环东、洪家楼、花园路中段等10个公交站台探访发现,原本贴在广告箱上的零钱盒和告知纸都没了,只剩下一些胶带的痕迹。

“其实早有预料,零钱盒做得比较简陋,家长会在周末进行加固或更换。没想到这么快就全没

了。”田燕表示。

爱心零钱盒去哪了?谁也说不清。张女士表示,过了一个周末就没了。“市民的素质参差不齐,可能有人看到里面有零钱,就顺手拿走了,还搞破坏,连盒子都没了。”

武先生则分析,是因为告知纸和零钱盒贴在广告箱上,影响了候车亭广告的整体形象。“广告公司不愿意啊,人家花钱做了广

告,你却给挡了,肯定会定期清理的。”

负责花园路南侧二环东路站点附近清扫工作的环卫工苏先生坦言,零钱盒晚上没人看管,很容易被破坏。“那天早晨一看,被人撕去只剩半张纸了,我们就把纸打扫了。”同时,零钱盒制作简陋也是“硬伤”,使用胶带的固定效果差。

爱心零钱盒如何持续下去,请来电说说您的点子

如何让孩子们的“爱心试验”继续下去?

“能不能把爱心零钱盒放到公交车上?”市民张先生建议。公交站台为开放式,零钱盒设置在这,空间有限还会遮挡广告,并且没有人看管维护。放

在公交车上,上车时有需要的人可以取用,还有一车乘客和驾驶员看管,比较安全。“但要是大家都不带零钱上车,那持续下去也有点难。”

市民马先生则表示,零钱盒需要专门设计。“既要保证坚

固,还要保证取用方便,真正要推广得需要厂家专门设计。”

爱心零钱盒如何设置,如何使用维护?让微小的正能量传递下去,如果您有好的建议或者想法,可以拨打本报热线96706。

2015伊利品质建设注重“沟通”：严苛标准增强信心

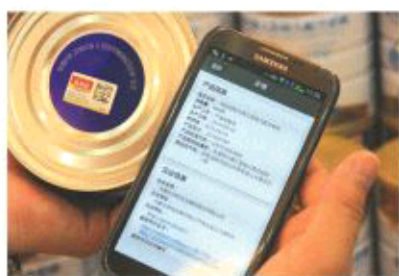
全国“两会”刚刚闭幕,政府工作报告中多次提到食品安全,体现政府乃至全社会对这一话题的高度重视。在食品安全、品质提升方面一贯倾注心力的伊利集团,近日传出2015年在品质建设方面传递出注重“沟通”工作的信号。

据伊利工作人员透露,该集团在品质方面“沟通”工作将主要围绕消费者和产业链伙伴展开,一方面与消费者真诚互动,将伊利高标准的产品管控理念传递到消费者的心中,同时收集消费者需求不断创新产品品类,另一方面,以伊利“近乎严苛”的品控标准带动产业链合作伙伴,促进整个产业生态圈的品质不断提升。

“当然,和外界的沟通,前提还是打铁仍需自身硬,你必须得有好的品质。”上述工作人员说,他认为,在强调“沟通”的同时,伊利并未忘记精进品质须先从自身做起。

引领全产业链坚守品质承诺

2014年春节前夕,国家领导人曾赴伊利视察指导,肯定其品质管控举措的同时,亦要求伊利始终确保消费者“舌尖上的安全”。



▲扫码伊利金领冠婴幼儿配方奶粉产品所展示的追溯结果

“一年来,我们围绕质量管控,产品创新和奶源建设等方面进行了全方位的升级,并实现从牧场到餐桌全产业链质量可控,可追溯。”在伊利看来,国家领导层的食品安全嘱托既让乳业人深受鼓舞,也让他们感到责任重大。

同年2月,伊利隆重举办万人现场参与的全产业链誓师大会。伊利携手利乐、康美、杜邦、迪士尼等近百家供应商、零售商、经销商和原奶供应商代表及全产业链合作伙伴,共同签署了《伊利集团合作伙伴质量宣言》。

业内人士分析称,由于乳业产业链长、关联度高,伊利所代表的生产商作为整个产业链的核心,必然会承担起整合者和引领者的角色,只有动员全产业链上的所有合作伙伴参与进来,对种草、饲养、挤奶、加工等各个环节进行严格的把控和精细准确的监督管理,升级全球质量管理体系,才能更大程度上保证从源头到终端的食品安全。

“实际上,这也是伊利站在行业整合者和引领者层面,动员全产业链合作伙伴广泛参与搭建的品质沟通机制。”该业内人士如此评价。

品质可追溯更可见证

此外,对于质量可追溯体系的建设也可视为伊利借提升产品透明度而强化消费者信任度的重要举措。去年6月,伊利全程质量追溯体系顺利对接国家平台后,消费者即可通过智能手机、平台网站,除了能看到伊利金领冠婴幼儿配方奶粉的生产日期、批次、生产者、生产许可证、配料表等信息外,还能查看奶粉诚信评价、消费者指南信息、质检报告等与选购息息相关的信息,“消费者据此购买时会更更有针对性,也更为放心。”

“除了伊利奶粉,现在只要手机一扫我们金典有机奶等产品上的二维码,就可以追溯到有机牧场、原奶检验、无菌生产、成品检



▲2014年2月,伊利集团携手战略合作伙伴共签质量宣言

验和认证查询五大环节的详细信息,这就给每一盒奶都建立了可查询的“档案”。“伊利有关人士介绍说。

2014年8月,新晋“全球乳业10强”的伊利与全球三大质量认证巨头SGS(瑞士通用公证行)、LRQA(英国劳氏质量认证有限公司)和Intertek(英国天祥集团)结成战略合作伙伴,邀请它们为自身的质量管理“找茬”,力求使其全球质量管理体系进一步升级。

同年11月,伊利集团液态奶、奶粉、酸奶、冷饮事业部全部通过FSSC22000食品安全体系认证,成为中国第一家全线产品通过此全球性食品安全管理体系认证的乳品企业。

专家评价称,这是伊利全球质量管理体系升级的阶段性成果,不仅实现了从原材料、生产到成品的全过程食品安全保障,而

且使得伊利产品进入欧洲乃至全球市场获取了通行证。

在伊利看来,品质不是自上而下的口号,而是每一位消费者的亲身感受和见证。因而,从2005年延续至今,伊利面向全国消费者举办了大规模的参观工厂活动。截至2014年底,其全国工厂共计接待的消费者参观人数接近800万人次。

新常态下,经济结构加速转型,市场亦由过去的数量扩张和价格竞争,逐步转向品质化、差异化竞争,消费者日趋理性,对于产品品质、创新等要求明显更为提高。专家指出,伊利作为全球10强、亚洲第一的乳业巨头,在品质方面一向堪称业界典范。伊利今年更加注重在品质方面的“沟通”工作,将极大地增强消费者和产业链伙伴的信心,提升消费者的满意度。