

以新区小学为试点,执法局陆续推进展开产权单位责任制

育新街占道经营难题有望破解

本报记者 王瑞超

长期以来,占道经营、堵车严重以及脏、乱、差等现象困扰着城区育新街,执法部门对此也曾采取过多项举措整治,然而取得效果却十分有限。为解决这些“老大难”问题,近日,市执法局联合新区小学对学校所属产权下的商铺展开试点整治,实行产权单位责任制,效果显著。执法部门表示,这种做法将陆续推广展开,届时,育新街占道经营等现象有望消除。



16日,在育新街,有不少流动商贩占道经营。本报记者 王瑞超 摄

试点单位>>

**同商铺签订协议
违约将收回房屋**

近日,根据市执法部门要求,新区小学相关领导召开专项会议,制订好并同校方产权下的12家临街商铺签订“三包”经营协议,根据协议内容,对不履行协议的商铺,校方将终止合同,收回房屋。

16日,新区小学校长李明华表示,校方已于元月初开始对租用校方房屋的12家商户进行劝导、教育,12家商户全部签订协议。

李明华向记者展示了《新区小学临街商铺经营协议书》,就合同细节,他强调不履行协议者校方将终止合同并收回房屋。

记者了解到,该协议对“三包”进行了具体规定,包卫生:对本责任区进行清扫,做到每天门前无垃圾、污物堆放,地面要全天干净整洁,即无烟头、无果皮、无纸屑、塑料袋、无污水;包保洁:负责门前卫生责任区内的道路保洁,制止学生乱扔的行为,对学生乱扔的垃圾进行清扫;包秩序:维护门前或周围的环境;制止乱堆乱放,摆设摊点。临街商店不倚门设摊,占道经营,不乱吊挂商品、乱竖乱挂牌匾。

李校长说,经过这次整治,校方管辖12家商铺出摊现象基本消除,但周边非学校管辖的商铺出摊现象依旧严重,希望有关部门能综合、全面整治,切实保障校园周边卫生清洁、交通顺畅。

被整治的商铺>>

生意受影响很大

16日上午10点,离学校最近的两家文具店生意冷清,一家店主刘女士表示:由于学校整治以来,不外摆出摊,现在日销量比出摊前少了一半多。“文具、玩具这东西,摆出来才有吸引力,今天到现在还没赚10块钱。”谈起

整治,她表示:治理没问题,我们支持,希望一视同仁、公平对待,治则都治。她指了指东面摆摊的摊位说:现在光治理我们,那边都在出摊没人管?心里觉得不公平。

另一家店主李女士说:“人家学校开会了,咱得配

合,俺这些天都没摆。”她称不摆摊收入受不小影响。对整治问题,她说:希望互相通融下,我们适当往外摆点,不超过盲人道。李女士称现在是淡季孩子放假,再一点不卖货,很有可能挣不出房租来。

未受整治的商铺>>

得先管管流动摊位

上午10点半,学校对过的豆腐店门口排起小长队,店面面积不足10平方米,摆出的摊位装满豆腐、豆腐皮、冻豆腐等豆制品,从摆出的摊位和络绎不绝的人们可以看出该店没受影响!

该店老板娘表示,她们

不属于新区小学管理,目前没有硬性整治规定。对于整治问题她说:要求不出摊、齐门经营可以,希望先治理流动摊位。她表示:我们门店有房租,流动摊位无房租,就育新街占道而言,五六米宽的非机动车道,经常是流动摊

位占道。临近11点,已经不少流动摊位占道摆摊经营,骑自行车驮着两个梨筐的中年男子正在卖梨,问起为何在非机动车道上卖,他说:这样好跑,执法部门来了骑上车子就跑。

执法局>> **将陆续展开产权单位责任制**

市执法局相关负责人向记者表示,自聊城展开城乡环境综合整治以来,执法局会同东昌府区、开发区等有关单位单位,牵头负责落实“门前五包”制度(净化、绿化、亮化、硬化、秩序),建立长效管理机制。

这位负责人说,新区小学带头实行的“三包”责任制,取得显著效果,希望责任单位以新区小学为范例,全市产权单位切实负起责任,多管其下全员参与,切实治理占道经营现象。接下来,将陆续展开产权单位责

任制,希望全民自觉增强守法意识,与人方便自己方便。

对于流动摊位的治理,他表示为治理小商小贩流动摊位占道经营现象,将积极引导商贩去便民市场经营。

“良心产品”最需要以心换心

格力重拳整肃净水机空气净化器行业环境,消费者纷纷“点赞”

格力净水机空气净化器“免费使用两个月,半年无条件退货”活动已进行了半月有余,消费者对格力“出绝招下猛药”净化行业环境,“以心换心”维护消费者利益的诚意所打动。在山东格力官方微信的公共平台上,每天都有近千条信息聚焦格力的这次活动。人们对格力的“赊信”营销模式给予了极大的兴趣和高度评价。一位来自山东潍坊的用户留言:“赊”、“信”、“净”三字承启后,它是当今中国商业社会正能量的核心。一位济南消费者感慨地说,“赊”、“信”、“净”这三个字,不仅在净

水机和空气净化器行业适用,也是当今中国商业新文明的“普世”价值。格力此举对消费者一诺千金,对行业影响意义深远。

净水机和空气净化器从某种意义上来说是一种“良心”产品。——统一的国家标准暂时缺位,偷工减料不会马上被甄别,消费者对它们的认知还处于懵懂状态。正是因为如此,当今这两个行业才出现了鱼目混珠、鱼龙混杂的散乱局面。如何在这样的环境中拨云见日,迅速净化行业,强力撬动行业升级?格力给出的答案是:将心比心,以心换心。

有了这样的认识,一个字跳到了山东格力负责人心头——“赊”。赊,承载着人们对中国商业老信誉的眷恋,包含着买卖双方坦诚无猜的真情。以赊促销,以信释赊,只有凝聚起买卖双方强大的正能量,才能扩大共识,共同净化行业。如此,一个萦绕在中国传统商业数百年的老信条,经过山东格力的创新整合,挖掘出了它的新价值。赊,信,净——成为格力今天整合净水机空气净化器行业的利器,也必将成为当今商业竞争中最高明的“绝招”。

山东格力电器负责人自信

地说:“不管最后的销售数据如何,我们的这个活动都应该是成功的。格力与时代互动,充分激发出格力品牌和消费者两方面最闪光的一面。”

从社会环境上讲,当前的中国社会正在发生着前所未有的深刻变革,人们对各层面的信心重燃,正能量正在成为全民追求。格力的本次活动无疑给越烧越旺的民间信心又添了一把火,当然也会得到社会广泛的积极响应;从格力自身的品牌影响力来讲,20多年的不懈坚持和务实创新,让格力积累了大量宝贵

的“诚信资源”,格力已经成为品质的代名词,每当行业升级的关键阶段,格力总是走在行业的最前列,可以说,格力是行业整合最合适的手和领导者。格力此番出手挑战新行业可谓众望所归,众心所盼。

业内人士指出,“免费试用”做为一种营销手段,不止一家品牌在用,但只有真正理解了其背后的商业规律和内涵,并自觉将高度的责任感来指导商业行为的举动,才能走出单纯“促销秀”的误区,赢得消费者发自内心的响应,实现社会价值、行业价值和品牌自身价值的最大化。格力即属此类。