

一项数据分析显示——

# 赛欧和科鲁兹投诉率增长最高

本报3月30日讯 近日,很多有购车意向的市民拨打本报热线称,他们想选择一款性价比比较高、能有更多售后服务保障的车型,但是不知道到底该如何选择?假如遇到了消费纠纷该如何替自己维权。

据中国汽车工业协会提供的数据,前两个月仅轿车销售约为202.6万辆,销量稳步增长,但不容忽视的是,消费者的投诉也在同比增长。中国汽车质量网投诉量分析

显示,多款合资大品牌旗下的轿车都遭到投诉,多数上榜车型投诉呈现下降趋势。相比之下,在1月份与2月份销量前十的车型中,雪佛兰的赛欧与科鲁兹分别成为投诉率增长最高的车型,环比增长分别为52%、40%。

而赛欧则在过去的几个月里刚刚经历了召回风波。由于供应商燃油泵支架的制造工艺问题,使得车辆在长期使用后,燃油泵支架可能

出现裂纹,极端情况下可能导致燃油泄漏,存在安全隐患。2013年12月底,上海通用汽车有限公司按照《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划,决定自2013年12月30日起,召回2009年4月9日至2011年10月8日期间生产的部分2010至2012年款雪佛兰新赛欧汽车,涉及数量为243297辆。知名合资品牌的主力车型尚且如此,作为消费者将不得不睁大眼

睛来选车了。

国家质检总局等四部门发布《缺陷汽车产品召回管理条例》(以下简称《条例》),自2013年1月1日起正式施行。《条例》实施以及“汽车三包”的实施,都是消费者用维权的实际行动换来的制度胜利。在以前没有《条例》时,很多合资品牌的国际召回往往忽视中国消费者,才有了那么多的消费者堵4S店的门,很多问题迟迟得不到解决。有了维权

意识,维权行动才会更加顺当。希望更多的消费者能用自己的维权意识来推动汽车召回制度以及其他相关维权制度的完善。

3月28日,本报推出“车市维权”栏目,帮您解决生活中遇到的汽车维权难题。如果您也有汽车问题投诉,可以拨打本报投诉热线2600000,或者加入德州汽车投诉维权群365251616,让我们一起维护汽车消费者的权益。 本报记者

## 市殡仪馆首办开放日

# 收费明码标价没有想的那么高



服务大厅内殡葬价格公示屏,吸引了参观者关注。 本报记者 李榕 摄

本报3月30日讯(记者 李榕) 遗体化妆防腐、遗体运输、遗体入炉火化捡灰……3月28日,德州市殡仪馆首次举行开放日活动,13名社会各界人士参观体验“人生最后一站”,殡葬价格成为当天大家关注的焦点,不少人惊呼:经历殡仪馆开放日才知办丧事没有想象的那么贵。

3月28日下午3时许,在德州市殡仪馆院内,包括市人大代表、政协委员、民政系统职工以及市民代表在内的13人已早早在此等候。当天参观的其中一个处是服务大厅,殡葬

服务及用品大多在这个环节讲解完成。服务大厅内的一处LED显示屏,吸引了不少参观者驻足。“原来殡葬服务的价格都是公示的,骨灰盒从一百多元到几千元各类价位都有。”市民王先生说,平时谈到殡葬,很多人会说“死不起”,这让跟他一样不知情的人存在困惑和误解。

“造成‘死不起’现象的推手,是夹在医院与殡仪馆之间的中介机构。”市民沈先生义务担任红白理事会总管已40余年,据他了解,很多殡葬用品店都会通

过总管以打包、“一条龙”等包断丧事办理向丧属喊价,费用多在几千,甚至万元以上。“当时丧属沉浸在失去亲人的痛苦中,觉不出多付了多少费用,但事后必然会知道,所以我从来都是直接到殡仪馆为丧属办理,久而久之殡葬用品店也不再找我。”

“殡仪馆的各项收费均是明码标价。殡葬运尸、火化、骨灰寄存和冷藏四项基本殡葬服务加起来不足1000元。”德州市殡仪馆副馆长李艳杰称,殡仪馆收费包括政府定价、政府指导价和市场定价三种,其

中基本殡葬服务是政府定价,殡葬用品是政府指导价,加价不超过进价的30%。市区的市民多选择2000元以内的殡葬“一条龙”服务,包括基本殡葬服务和告别服务等,选择性服务均为丧属自愿签单。

据了解,德州市殡仪馆火化量每年3200具左右,其中三区火化量约2600具。近年来,德州市殡仪馆落实“三免一减”殡葬惠民政策,截至2013年底共为符合条件的治丧群众减免5.3万元。此外,今后每年清明节前一周选定1天作为“殡仪馆开放日”。

相关链接

## 禁止微笑服务

在探访过程中,参观者了解到德州市殡仪馆的全套流程,包括遗体接运、保存、化妆、火化等。

“别的行业提倡微笑服务,而我们这里必须要严肃。”活动现场,讲解员孙娟娟说,在殡仪馆的服务守则中,因为工作性质,除了文明礼貌周到,殡仪馆禁止微笑服务,连最日常的“再见”、“你好”、“欢迎光临”等都要避让。

“其实,人们对于殡仪馆工作人员的恐惧感是来自对死亡的畏惧。生老病死,是人生规律。我们希望能有更多人关注这个行业,化妆工、火化工等,理应得到全社会的理解和尊重。”李艳杰说。

## 遗体化妆耗时较长

德州市殡仪馆女子服务班担任着殡仪馆内化妆、扎鲜花、引导市民等事务,由5名80后姐妹花组成。

班长于忠菊说,化妆部是一个直接面对遗体时间最长的环节,刚入职的人员都有一个心理调适和疏导的过程。

在清洗和消毒后,化妆流程一般耗时20分钟左右。最为棘手的就是遇到车祸等特殊情况,逝者需要塑形,由化妆部根据照片重新塑形。

据了解,最后一个环节是遗体处理的火化间,经过高达1000℃高温处理后,大约40分钟的时间,最终人生终结于一抹灰烬中。

本报记者 李榕

## 乐陵联社四措施 防止屡查屡犯

乐陵联社以正向激励方式,遏制屡查屡犯问题。一是完善联社领导批阅、风险提示、业务条线督导、网点整改落实制度,建立起四层督促整改体系。二是各条线部室就问题采取的整改措施、督促落实情况、规章制度完善情况及责任追究情况每季度向联社领导汇报。三是按照被查单位、业务领域、责任人,为网点建立了问题整改追踪台账,每月上报整改进度及整改结果。四是审计部将问题整改及同质同类问题,纳入后续审计进行检查,建立整改验收长效机制,加大问题整改率的监督及屡查屡犯的追究。(顾守华)

## 临邑农信为 “春耕”续柴添火

临邑农信助力春耕,信贷部门主动走进农户,客户经理实行分区挂包制,到田间地头开展入户调查,对农户、乡镇企业进行综合评价并进行定级分类。筹足“春耕”供应资金。建立科学合理、绩效挂钩、公平公正的考核机制,营造全员公关的良好氛围。积极调整优化存款结构。投放“春耕”资金到位。根据不同涉农资金需求,实施差别化信贷政策,实行定向投放。把资金投向涉农企业和农户购买化肥、农药、农机和农田水利基本建设,鼓励和扶持高效、绿色无污染产业发展。(王丽 卢勤森)

## 陵县联社创新审计 通报分析会议形式

2014年陵县联社以审计分析例会为载体,灵活创新会议形式与内容。一是创新“会前会”例会模式。在审计分析例会召开前,先组织由业务部室经理参加的“碰头讨论会”,从各自条线管理的角度出发,提前就通报分析的问题统一意见,明确系统化整改措施,推动整改工作的有序开展,有效落实。二是创新“轮流式”主持方式。按月挑选高管、中层、一般员工等不同层级、不同职别的员工主持分析会议,由其从自身管理层或操作层出发,分析问题产生原因,找出问题解决途径,推动建立逐级分解、逐层渗透的问题整改机制。(任秋云 孙跃芬)

## 陵县联社开展电子 银行专项营销活动

近日,为了进一步提升县域内中小企业、企事业单位对农信电子银行产品认知度,有效推广电子银行产品,陵县联社组建营销小分队,组织开展了电子银行产品专项营销活动,深入企业车间、商铺、超市营销电子银行产品。营销过程中,该联社工作人员详细介绍了电子银行产品种类、功能和申办流程,并讲解了“微信银行”的功能与使用方法。通过此次营销,该联社全面把握了中小企业、商铺的金融产品需求情况,为下一步有针对性地开展电子银行产品营销、助推电子银行业务发展奠定了坚实基础。(韩晓蒙 宋健)

## 陵县联社徽王信用社 开展贷款营销工作

陵县徽王信用社积极开展贷款营销工作。一是成立以主任为组长、客户经理为成员的营销小组,制定营销配当表,按照客户经理分片划定了8个村为营销活动目标,积极与村两委、农金员联系沟通,了解本村种养殖、加工等基本情况,对有贷款需求的客户逐个进行走访和调查。目前,已走访杨顶、牛王堂等3个村庄,走访种养殖客户20余家。二是按照工作要求,对部分临街商铺、行政事业单位进行走访,重点营销个体工商户贷款,推广公职人员消费贷款,为各项工作有序开展奠定了基础。(赵富彬)

## 陵县联社组织员工 开展消防演练

近日,陵县联社组织开展了春季消防演练,各部室、网点消防安全员40余人参加了演练。演练分为楼层火灾撤离、消防器材操作使用两部分进行,在演练过程中,消防员能够有序、安全地撤离大楼,并能够正确使用消防器材进行灭火,能够在火灾现场保持安全有序的秩序,并及时使用消防器材扑灭大火。此次演练,有效检验了员工消防安全知识在实际中的运用,进一步增强了全员消防安全意识和火灾紧急情况的应急处置能力。(马恒滨 宋健)