

成绩喜人,反“四风”更应加力

在看到成绩的同时,更要在成绩单中发现问题,从而找到推进反“四风”的动力。如果不能再接再厉,很可能就会被那些心存侥幸者抓住“机会”,催动“四风”问题的反弹。



姜士甄

评论员观察

“十一”黄金周期间,全国各地陆续晒出教育实践活动专项整治成绩单。记者统计发现,全国共清退“吃空饷”人数162117人;清理清退公务用车114418辆;发现对群众“打白条”、赖账的问题1.6万多起、查处5万余人。

这份成绩单的公布,让人们直观地看到了一年多来反“四风”的成果,这既体现出党加强作风建设的决心,也意味着第二批教育实践活动

动基本完成。在为成绩感到振奋的同时,也应看到,在各级纪委公布的典型案例中,公车私用等老问题仍然占了很大比例,会所歪风等也在不断“更新”形式。由此看来,作风建设仍旧任重道远,反“四风”的力度还需不断加大。

事实上,自2013年6月群众路线教育实践活动启动以来,反“四风”的提出已经一年多,各地各级纪委对典型案例进行点名道姓的通报,也成了惯例。如果放在活动开展之初,或许还有人用不了解、不适应来为自己犯错辩解,但事到如今还在顶风违纪,而且犯的还是那几项老毛病,就只能说是故意为之了。在“四风”问题

上栽跟头的人一拨接一拨,说明作风建设不能有丝毫放松,反“四风”的神经更是要时刻绷紧。反“四风”若成了一阵风,无论此前取得的成绩有多大,恐怕也会前功尽弃。

当然,作风建设不光要有持续性,更要在力度上下工夫,建立起更完善、更有效的追责惩处机制。反“四风”就要给广大党员的行为划定“红线”,这条“红线”既要清楚明确,更要达到触碰不得的效果。从一些地方的通报来看,“吃空饷”的通常是一退了之,公车私用的也不过是补交费用,最多再加上警告处分。这对一些人来说,有些无关痛痒。感觉不到“高压线”的高压,触碰了也觉

不出疼,也就难怪一些人不断重复同样的问题。

由此看来,在看到成绩的同时,更要在成绩单中发现问题,从而找到推进反“四风”的动力。特别是现在这个时间节点,需要人们对反“四风”给予更多的关注。因为按照年初的部署,侧重于基层组织的第二批教育实践活动,在刚刚过去的9月基本完成了,一年多来的成绩单也已经公布,个别党员干部或许有松一口气的感觉。如果此时不能再接再厉,在已有成果的基础上加大推进作风建设的力度,很可能就会被那些心存侥幸者抓住“机会”,造成“四风”问题的反弹。

多关心农民的安全生产

记者来信

李德领

长期以来,我们对城市生产事故关注比较多,而对农村生产安全事故了解较少。近年来,随着玉米价格的提高,我省农村一些地方玉米种植面积不断扩大,一种叫做玉米剥皮机的产品应运而生,被广泛使用。然而这种机器在带来便利性、提高劳动效率的同时,也带来了不小的安全隐患。

据菏泽一家医院统计,2013年因玉米剥皮机受伤者有80余例,而今年增加到100余例。数字背后的原因不仅有农民的操作使用不当,更有机具本身存在的安全隐患。农民住院花钱、耽误农活暂且不说,

仅在医院所遭的罪就足以让人心痛。原本是帮助农民秋收、省时省力的工具,缘何成为农民受伤的“罪魁祸首”?

农民靠手工给玉米剥皮,劳动强度很大。玉米剥皮机结构简单、价格便宜,迎合了农村市场的需求。然而正是由于玉米剥皮机结构简单,容易制作,一些小作坊生产的“三无”产品也随之流入市场,进入寻常百姓家。这些机器在使用过程中很容易出现事故,被“咬”农户轻者皮肉损伤,重者手指被绞断。

除了提醒农民在使用农机产品时要增强自身安全意识以外,相关部门还应加强对农机产品的质量监管,做好农用机械的安全宣传和升级工作。(作者为本报菏泽站记者)

媒体观点

购买公共服务 须防“一家独大”

如今相当多具有提供公共服务能力和条件的事业单位、社会组织,大都与行政管理部门有着千丝万缕的联系,有的甚至直接是从行政部门“脱胎”而来,“一把手”由政府领导、工作人员退休后任职,行政色彩浓厚,这使得一些社会力量占有天然的垄断地位。

从全国范围来看,社会组织整体力量比较薄弱,大多规模

小、竞争力不强,资金来源单一,服务能力也相对不足,难以与大的社会组织形成有效竞争,在这种背景下极易出现“一家独大”的局面。

防止“一家独大”,关键是要公开透明。购买工作应按照政府采购法的有关规定,在条件允许的情况下更多采取公开招标方式。防止“一家独大”,说到底还要靠改革创新,完善机制。比如放开市场准入,推动公办事业单位与主管部门理顺关系和“去行政化”;加大社会组织的培育力度,提高社会组织的竞争能力,使大批能承接公共服务的群体涌现出来。(摘自《经济日报》,作者马志刚)

本版投稿邮箱: qilupinglun@sina.com

荷鳅塘徽派火锅
 百店连锁 火热加盟中
 加盟热线400081788

天高任翱翔

中国建设银行山东省分行龙卡信用卡发展综述

自2003年8月中国建设银行正式发行符合国际标准的龙卡信用卡以来,小小卡片,承载起建行人的希望与梦想,在竞争激烈的征途上不断冲刺,羽翼渐丰,成长为展翅翱翔的雄鹰……经过11年的发展,截至今年8月31日,山东建行信用卡累计发卡330万张,累计客户284万户,当年新增消费交易额718亿元,贷款余额167亿元,主要指标增长均创历史新高。取得新增发卡、累计发卡量、消费交易额、贷款余额、资产质量等多项关键业务指标市场第一的傲人业绩。

创新能力不断加强 龙卡品牌效应日益显现

创新,是金融产品生存与进步的灵魂。2003年8月8日,建设银行正式对外推出龙卡双币种借记卡后,产品创新速度不断加快,2005年5月推出国内首张名校卡,拉开了信用卡产品在差异化、个性化方面的创新大幕。钻石信用卡权益居业内之首,吸引了一大批高端客户;龙卡汽车卡是国内首张生活概念型信用卡,成为广大私家车主的首选信用卡;冠军足球信用卡,为中国球迷与欧洲豪门足球俱乐部之间搭建了一座桥梁,成为国内发卡量最大的体育运动类信用卡;My Love信用卡,在制卡工艺等方面实现了多项突破:卓越信用卡,

为优质中小企业提供卡面设计平台,体现了支持中小企业发展的社会责任;龙卡公务卡,成为国内拥有公务员客户最多的信用卡;世界旅行信用卡,国内首创“旅行基金”权益;好声音龙卡,凭借专属明星卡面以及特色权益,受到好声音粉丝的追捧,赢得超高的品牌人气;龙卡全球支付卡,满足客户境内外刷卡支付需求,全球支付,人民币入账,免外汇兑换手续费,其覆盖商旅出行的特色服务,较同业多币种信用卡具有更明显的权益优势。

与此同时,建设银行山东省分行加快实施“人无我有,人有我优”的产品创新策略,发挥IC信用卡“一卡多应用”的可拓展特性,在重点项目上大胆突破,促进IC信用卡高质量、规模化快速发展。2012年,与山东省交通厅合作发行了鲁通龙卡,可实现车辆身份自动识别、自动收费功能。项目实施后,推进了高速公路ETC车道的发展,协助实现营运成本的压缩和管理效率的提高,很好地服务了地方交通事业,具有领先同业的优势,迅速扩大了建行私家车主群体规模,成为撬动此类群体的利器。在文化娱乐领域,充分发挥IC卡加载会员信息功能,2013年与鲁信影城推出了鲁信院线龙卡产品,除会员信息可以记录在卡片之外,还结合客户群体特点,推出了会

员折扣、优先排队、会员尊享等服务,有效带动了年轻群体的快速增长。2014年,围绕社区金融、IC信用卡行业应用、消费信贷业务加快信用卡产品创新步伐。

经过11年的发展,龙卡信用卡成为一张为商业、交通、学校、航空、医院、政府机构、财政预算单位等诸多领域提供行业服务的信用卡,在经济领域发挥着越来越大的作用,对建设银行业务转型产生重大影响。

推进消费金融业务发展 有效拉动居民消费

信用卡给人们带来了消费观念和生活方式划时代的改变,尤其是从最初只能在额度内透支结算,到后来可以分期付款。2006年9月,建设银行推出龙卡信用卡消费分期业务,为大力发展信贷消费业务打开了无限空间。

伴随着私家车的增长,不少在车行购车的客户,都会被建设银行的信用卡购车分期业务吸引。通过与汽车厂商、汽车销售集团等开展购车分期业务总对总合作,龙卡信用卡购车分期业务以“零利息零手续费”或“零利息低手续费”等特色吸引了大批客户。截至日前,建设银行山东省分行与主流汽车品牌合作厂商增至37家,合作经销商近2000家,汽车品牌覆盖度超过90%,合作

品牌和车型数量同业第一。每年春秋两季建行山东省分行独家冠名的齐鲁车展更是让“建行龙卡购车分期”的理念深入人心,让准车主们提前实现购车梦。

在信用卡购车分期业务成功打开市场的基础上,建设银行又陆续推出家居分期、婚庆分期、车险分期等。针对有出国留学需求的家庭,还推出留学分期产品,提供学费和生活费专项信贷服务。2011年和2012年,建设银行紧贴客户需求,又相继推出账单分期和现金分期业务。账单分期业务可以通过短信、微信、手机银行、自助语音、网银,信用卡网站等6大渠道自助办理,极大地方便了客户。现金分期在线申请3分钟完成,资金即刻到账,即时满足客户旅游、付费、购物等小额资金需求。截至目前,建设银行已形成龙卡信用卡循环信贷和专项信贷等两大产品体系,分别满足日常信用卡理财需求以及家庭大宗消费需求,用途涵盖汽车、装修、车险、旅游、留学、培训、家电、百货等各类民生领域。

坚持不懈打造用卡环境 增值服务体系日臻完善

6 建设银行 服务大众
 1906-2014

建设银行山东省分行长期以来高度重视用卡环境的打造工作,经过坚持不懈的拓展,实现签约商户51963户,范围涵盖宾馆、酒店、百货、超市,建材、交通、旅游等生活的方方面面;同时,建设银行山东省分行致力于不断提升用户体验,发展特惠商户800余户,为持卡人提供实实在在的优惠服务。2014年,建设银行山东省分行开展了缤纷多彩的各类特惠活动,建行信用卡持卡人可在哈根达斯、小肥羊、味千拉面以及近三百家美食类商户享受特惠价格,同时还可在众多境外商户享受购物返现的优惠,受到广大持卡人的热烈追捧。

建设银行信用卡十多年的发展历程,是“以客户为中心”,为客户打造优异产品的历程;是紧跟时代步伐,勇于创新的历程;是励精图治,健康发展的历程。在科技产品互联网金融创新日新月异的今天,信用卡发展必将面临更大的机遇与挑战,未来,建设银行信用卡也将伴随着互联网金融的发展,提升大数据分析应用能力,加快电子渠道的布局应用,在更广阔的天空翱翔。

中国建设银行
 China Construction Bank
 系列报道之五