

张贴催费单,居民担心泄隐私

律师建议:可以采用短信通知等更人性化的方式

本报11月3日讯(记者 任磊磊)“我上周还查询了燃气使用情况,当时还未出账单,这周就给贴出了欠费通知,而且还写得那么详细,影响太不好了。”近日,家住三孔桥某小区的刘先生,因为小区张贴的欠费告示而被朋友嘲笑了一番,让他很是郁闷。

“小区楼下贴出了我燃气欠费24块钱,正好被我一朋友看到了,给我打电话嘲笑了一番。”刘先生告诉记者,他居住的小区是新小区,刚开始装燃气时,按照要求开通了银行代扣业务。后来,银行代扣账号预存的存款被扣完后,他开始使用支付宝付款。几乎每周他都会查支付宝里水电燃气等费用的账单。前一周他还查询过,燃气账单没有出来,谁知上周账单刚出来,他还来不及上网看,自家楼下就贴出了欠费账单。

“一共才二十几块钱,我又不是在这里住一天两天,这样堂而皇之地张贴上榜真是不合适。而且通知上住户的名字房屋地址等都非常详细,影响太不好了,这不泄露客户隐私吗?”刘先生对燃气公司的做法表示不满。

“如果这些单位在通知客



居民楼前张贴的欠费通知,上面住户信息很详细。本报记者 任磊磊 摄

户缴费时能用短信的方式,或者张贴时避免泄露客户隐私,那效果会更好。”对此,刘先生提出了自己的建议。而同楼道的徐女士也表示,不只是燃气,此前他们小区也经常贴水电费的欠费通知,被张贴上榜的居民都会略微有些不爽,“这种广而告之的行为太不人性化了。”

燃气公司的相关工作人员表示,张贴欠费通知的做法是

一直沿袭下来的,对于居民提出来的建议,他觉得确实有考虑不够周全的地方。“我会把居民的建议向相关部门反映,争取用更加人性化的手段,保护居民的权益。”

山东舜天律师事务所的韩伟律师认为,这种催费办法不够人性化。从个人权益角度来说,这种做法确实存在泄露居民隐私而带来潜在的危害,如

果让不法分子看到,会给居民人身和财产安全带来风险。另外,对居民的个人声誉也会造成不好的影响。

“建议这类单位在催缴费用时,可以采用短信通知的方式,直达住户个人;或者适当延长催费的时间,让市民有足够的时间缴费;如果必须要张贴告示,也可以隐去住户姓名、电话等重要信息。”韩伟律师建议道。

多数老年患者不会操作 医院挂号一体机不太受“待见”

本报11月3日讯(见习记者 刘飞跃) 近日,潍坊的张先生来省城陪家人看病,发现医院为患者准备的办卡、充值、挂号一体机前很少有人使用,大家依旧选择排队就医。记者调查发现,一体机鲜有人问津主要是因为操作程序复杂,不如人工排队方便。

记者看到,在省城一家医院的二楼内科室外,虽然距离开始挂号还有一个多小时的时间,窗口前已经排起了20多米长的队伍。来此就医的王先生说,其实不用站在这里排队,但只需要按照办卡、挂号一体机的操作程序挂号就可以了。

说着,王先生便把自己的医卡通插入机器内,按照屏幕上的提示熟练地选择了科室和坐诊专家,随后机器下方就会打印出一张单子,上面显示了排队号码、排队人数等相关信息。王先生的整个操作过程不到2分钟,很是方便。“虽然还需要排队,但只需要坐在科室外面等就可以了,因为科室上方会显示排队的号码。”王先生说。

王先生仅仅是为数不多的使用机器的市民,绝大多数在此就医的人都会选择人工排队。记者粗略地观察了一下,半小时之内仅有不到10位患者使用机器,而且绝大多数是年轻人,几乎没有看到老年人使用一体机。

提个醒

冒充收费员 骗子上门骗钱

2013年11月有媒体报道,家住杭州的余先生的父亲被一个拿着电费催缴单的人骗走了70元。余先生常常出差,所以他经常忘了给父亲所住的房子交电费。2013年10月27日父亲打电话给他,说电力公司上门催电费了。结果,余先生的父亲当面交给所谓的电力公司工作人员70多元电费,而欠费依然还在——事后得知,这工作人员是个冒牌货,而骗子就是利用通知单上的住户信息进行骗。

2014年4月10日有报道称,徐女士独自在家,突然有人敲门,说是来收天然气费的。对方“工作人员”称,他们至今未收到该户所交的天然气费,不信可以去小区门口看看,欠费通知单贴在那儿已经好多天了。幸好邻居过来,向对方要收据凭证。对方见事情败露方才匆忙离开。



一座购物商场是否成功,一般人都只会从客流、品牌种类及数目、租户销售额等这几个表征去衡量。假如商场一下子多了空置的商铺,大家都会猜测是商场开始走下坡路,因为租户都做不了生意,关门大吉。这就是事实的真相吗?这就是事实的全部吗?其实要运营好一座购物商场,并非你我想象中那样简单,那样表面。拥有逾二十年内商业地产发展经验的恒隆地产,三年前在济南开了恒隆广场,现就正为济南的商业及零售发展,在上一堂宝贵的商场经营课。

恒隆广场的商场经营课

“众人皆醉我独醒”,这句话最适合用来形容恒隆地产董事长陈启宗。当别人正对恒隆在上海以外的项目大表失望时,陈启宗轻松回应:“即使是上海的项目,在刚开业的五、六年也曾渡过十分艰难的时期。大家只看到风光时,却忘记了昨天的眼泪。”

位于济南泉城路商业街的恒隆广场于2011年开幕,对于当时缺乏大型国际级商场的济南来说,实在是一件城中盛事。从此,济南老百姓的生活也起了极大的变化,变得时尚、高端、高品位,老百姓在假期时,购物休闲的空间舒适了,吃喝玩乐的选择多了,生活与国际接轨。

三年过去,最近,有声音说恒隆广场的空置情况越见严重,甚至说是租户集体搬柜。我们是否就单凭商场一下子有空置商铺,就说是高铺做不了生意,商场在走下坡路吗?今天正在流的眼泪,其实将是成就明天大业的历练。

翻阅恒隆截至2014年6月30日止的中期业绩报告,不难发现一些有趣的数字。恒隆广场的出租率为百分之八十五,似乎是低了一点,不过,其销售额却同比增长百分之三,这有趣的反差说明了什么?说明了在场内所出现的短暂空置情况,并未影响整体销售,留下来的,已足够推高了商场整体的销售额,这不就只是市场上自然的汰弱留强吗?

对向来不做短线投资,目光长远的恒隆地产来说,经营一座购物商场,是需要时间的历练,需要空间去与整个城市磨合。商场不是开业了就完事,其背后的专业团队,还需要配合不断向前的市场,调整租户组合,一般都需要一至两个租期,即是三至六年,去摸清市场,去厘清自己的定位。在这段时间,租户会按市场力量自行优胜劣汰。留下来的,能站得住脚的,都是有实力的租户,届时商场的出租率及销售额,自然会回升。

在着眼已离开的品牌的同时,亦请留意自今年初开始入驻的品牌:MCM于今年初在恒隆广场开设了其在山东省内首家旗舰店;风靡全球的UGG以及德国顶级女装品牌Marc Cain分别于9月底和10月中在恒隆开设了其在济南的首间旗舰店;近期即将开业的意大利潮流男装Roberto Cavalli旗下高端品牌Cavalli Class同样将济南恒隆广场作为其进驻济南的首选;深受年轻人喜爱的意大利服饰品牌JH1912(首次进入济南)、希腊配饰品牌Polli Follie、潮流腕表品牌Casio等也在恒隆广场西翼一楼开设品牌专门店。此外,独立书店品牌品聚书吧也将于年底开业,书店+咖啡+文化的模式必将成为城市文人及小资的新据点。餐饮方面,著名的日式烧肉品牌焱铁烧、风靡魔都的咖喱客,以及来自台湾的Laya

Burger & Tino's Pizza均已全新开业,为顾客带来新的惊喜。而以Hermes, Calvin Klein Jeans, Exception例外, JNBY等为代表的大多数国内外品牌选择在租期届满之后续约。关于“租户集体撤出恒隆”的说法实在不攻自破。

作为放眼更长线的地产发展商,为了恒隆广场在济南有更具可持续的发展,恒隆地产断不会一时为了降低空置率,而随便引入与商场定位及目标顾客不相符的租户及品牌。下次如果你走进济南的恒隆广场时,发现有些品牌不见了,那是因为他们未能跟上恒隆广场的步伐,

那是因为恒隆拒绝与其他对手一样,营运一式一样的商场。“只选好的只做对的”是恒隆地产的运营理念,这不仅意味着恒隆会选择最好的服务,同时也意味着我们会选择最好的,最匹配的租户。

龙头是怎样炼成的?短短几年即在一个城市建立一个龙头商场并非易事,因此仅凭短期表现即下定论,必然是不客观的。恒隆地产经过十多年的时间在上海打造出上海恒隆及港汇恒隆两个地标,要在济南以至其他城市炼成第二,第三,第N个龙头,只是时间问题。

