

世说新语

Shi shuo xin yu

信托应回归本源 服务和支撑民营经济

加大对民营企业和实体经济的服务和支撑力度,是信托回归本源、转型升级的必由之路。

在服务模式上,充分发挥信托制度优势和金融牌照综合服务优势,通过股债一体、投贷联动、产融结合业务模式支持民营企业高质量发展。

在创新业务方面,积极为民营企业家的家族传承等需求设计解决方案,通过家族信托为民营企业提供财富管理、资产保值增值、家族传承等服务。

——光大信托董事长 闫桂军

理性使用信用卡 做“卡神”而不是“卡奴”

预借现金并不是一个好的消费习惯,无论是信用卡的透支功能还是预借现金功能,都要做到合理使用、理性消费,控制消费的额度。

对年轻用户来说,一定要理性使用信用卡,做“卡神”而不是“卡奴”。平时应尽量入为出,合理消费,包括信用卡在内的各种还款支出不得超过月收入的三分之一;切勿通过办理多张信用卡来拆东墙补西墙,以防债务雪球越滚越大。对信用卡透支额,一定要及时偿还,避免对信用记录造成负面影响。

——中国人民大学重庆研究院副院长 董希淼

钢铁业需提质走出“增产不增效”怪圈



7月29日,中国钢铁工业协会发布数据显示,今年上半年我国钢铁产量大幅增长,但中钢协会会员钢铁企业实现利润总额却同比下降20.5%。

从上半年行业运行情况看,钢铁业又回到了“增产不增效”的怪圈。

企业应及时转变依靠规模扩张、高产超产的思路,将认识统一到提高发展质量上来,走出“增产不增效”的怪圈。

——中国钢铁工业协会会长 高祥明



快递业“按比例赔付”霸王条款该废止了



以立法完善和行业自律为基础,拿霸王条款开刀激活消费者的权益保障,才能实现整个快递行业的由乱到治

7月28日《北京青年报》报道,近日北京的钟先生通过顺丰邮寄了一台价值98万元的医疗设备到南宁,价值98万元的商品,买了快递保价2万元的保价服务。但是,钟先生收到货品后发现商品损坏,维修需要花1万多元,快递公司表示只能赔250元。而记者探访发现,默认消费者同意其条款、快递公司客服无法说清具体赔偿标准、拒绝承担高价商品等问题几乎是快递行业普遍存在的现象。

实际赔付结果与预期期间的差距,就在于按全额和按比例之异,消费者在实施保价的时候,认为投保的价值是全额部分,比如在此案中,消费者买了两万元的保价服务,自然认为在受损后应该获得两万元的赔偿,然而快递公司却自行按比例赔偿,实际赔付的结果与投保的预期千差万别,与消费者维修所花费的万元相比,250元的实际赔偿意味着消费者将蒙受很大的损失。

快递公司与消费者之间,一旦形成合同要约,保障所寄货物的安全应是其底线,货物受到损害以后照价赔偿。不过考虑到快递损耗等客观因素,同时为了保障快递公司的权益,实行保价服务也符合情

理。一方面,消费者在实施保价服务以后,等于为所寄货物的安全加了一层保险。另一方面,商品在实施保价以后,对快递公司在投递过程中提出更高的要求,属于一种特殊和例外,应当坚持审慎性原则。是按全额赔付还是按比例赔付,在法律上没有明确的限制和界定,需要快递公司和消费者达成一致,因而需要快递公司事先告知,满足消费者的知情权,以便于作出正确的消费判断和选择。如果消费者事先知道是全额还是差额,就不会用差额的费用去作全额的保价,同时也基于成本因素去对快递公司作出评价,甚至最终决定选择的意向,并形成相对固定的消费意愿。相对来说,具有成本比较优势并能最大化保障消费者权益的快递公司,更容易获得消费者的信任和青睐。

快递“保价”就应该是“保险”

当前,因为缺乏法律法规对快递保价赔偿作出明确规定,各快递公司都制订了自己的赔偿标准。然而,这也是消费者和快递公司之间的矛盾焦点——常常出现“多保少赔”的状况。

为什么保价不能“真实”一点,保多少就赔多少呢?

其实,从法学理论上讲,“保赔同款”符合我们一般商品交易的市

场逻辑,损失补偿应该与约定的保价挂钩;从责任划分来看,若在运输货物过程当中对货物造成损害,企业也理应承担一定的赔偿责任。于情于理,保价服务都应该多为消费者设想。

要让保价真正成为包裹的一道“保险”,一方面,需要快递企业承担起更多责任。毕竟,从快速包裹单开始,就等同于双方达成契

约,企业有责任、有义务把快递物品安全送达。另一方面,需要有关部门完善法律法规,比如,“保前鉴定,保后理赔”需要一个公开透明的流程,并制定统一的行业保价收费以及赔偿标准。只有厘清权利与义务,且得到有效救济,才能让消费者与快递公司都能在交易中维护自己的权益。(陈文杰)

快递公司在提供服务时采取的默认勾选办法,人为侵犯了消费者的知情权和选择权,并由此造成近八成的消费者不知道从什么渠道了解条款的内容。正如相关专家所言,各快递公司单方面制定的赔偿标准,排除了消费者的权利,要求消费者默认勾选,属于典型的霸王条款,其内容不具法律效力。无论从目的性和手段上,这种做法都应当得到限制和禁止。

促进整个行业的优化和升级,就必须充分尊重和保障消费者权益,由此形成具有强大监督作用的反制力。以立法完善和行业自律为基础,拿霸王条款开刀激活消费者的权益保障,才能实现整个快递行业的由乱到治,商品保价按比例赔付的消费阵痛才能得以纾解。(唐伟)

不吐不快

不能让“山寨哪吒”兴风作浪

政府部门要亮出监管“风火轮”,严厉打击“山寨哪吒”,保护知识产权

近日,动画电影《哪吒之魔童降世》热播,电影中的哪吒等卡通人物形象受到网友追捧。在网上电商平台上,有不少商家售卖关于影片的周边产品,在T恤衫、手机壳、抱枕上印有电影中的哪吒形象,售价从几十元到一百多元不等。

随着影片的上映,哪吒这个表面坏小子实则小英雄,与命运抗争的主人公,其成长故事感动了无数观众,好评如潮,连人民日报都为其打call。毋庸置疑,这个魔童哪吒是电影创作团队的心血,版权属于电影方,擅自使用电影中的人物形象作为商品元素,在未经官方许可下进行销售谋利,涉嫌侵权。

从2013年泛滥的“大黄鸭”到今年年初的“鼓风机佩奇”,再到“山寨哪吒”,山寨商品此起彼伏络绎不绝。商家争先恐后追逐热点,挂羊头卖狗肉出售山寨商品,不但吸引了眼球,也带来了滚滚利润,疯狂逐利模式下,《著作权法》等相关法律法规与他人合法权益早已踩于脚下。

尊重原创,保护版权,是法治社会的基本准则,也当是现代公民的基本共识,决不允许“山寨哪吒”“兴风作浪”。政府部门要亮出监管“风火轮”,严厉打击山寨商品,遏制山寨行为。用实际行动支持国产动漫,支持创新,保护知识产权。(斯涵涵)

笔锋所向

研学旅行“虚火”亟须行业标准“祛火”

目前,研学旅行市场上仍存在缺乏安全保障、游而不学、收费不合理等问题

近日,四川内江二中39名学生在赴京研学旅行的返程途中出现呕吐、腹泻等身体不适症状,被初步诊断为细菌性集体食物中毒。活动的组织方是世纪明德。虽然世纪明德宣称将“安全第一”作为服务宗旨,但因未尽到安全保障义务,曾两次被学员告上法庭并被判赔。目前,研学产品标准化程度不够,研学旅行市场上仍存在缺乏安全保障、游而不学、收费不合理等问题。研学乱象已引起有关部门的重视,多地均出台相关规定进行规范。

研学旅行“虚火”,亟须行业标准“祛火”。换言之,应制定全国统一的《研学旅行服务规范》,其中包括研学旅行的服务项目、服务提供方、服务岗位、服务人员、营地管理与营地设施、资源配置、应急与环保和安全规范等。(张西流)

时,应创新教育发展模式,将研学旅行作为社会实践学习内容,纳入中小学的教学计划。再者,文旅行政管理部门可建立若干个国际、国内“营地教育”接待示范基地,规范接待标准,引导研学旅行向健康、规范的方向发展。

比如,“跟着课本游中国”武汉市中小学生夏令营开展18年来,无一例安全责任事故,这得益于武汉大学旅行社自创了一套夏令营的科学管理和安全防控办法。2013年底,武汉大学旅行社还与中南财大标准化专家共同着手制定了《研学旅行服务规范》,其中包括研学旅行的服务项目、服务提供方、服务岗位、服务人员、营地管理与营地设施、资源配置、应急与环保和安全规范等。(张西流)

随着信息化网络化快速发展的普及运用,手机、数字电视、电子报刊杂志、微信、微博这些新兴媒体已经进入现代的生活,改变了人们传统的生活方式和工作方式。作为党务工作者,要适应新兴媒体信息交流传播快、覆盖面广的特性,紧跟时代步伐,以高度的政治责任感,利用新手段、新技术,结合工作实际开创符合时代特点、科学、高效的党建工作新局面。

一、新兴媒体时代党建工作特点

目前,手机、微信、微博这种新兴媒体已经改变了人们思维,网络包容的信息量和理论知识内容的范围广,面对的受众多,新闻信息传播速度快、时效性强,对党的思想教育宣传工作,传统新闻媒体的舆论控制带来冲击。

新媒体形势下的政治思想教育要体现双向互动性,现在人与人在移动网络平台的交流沟通,消除了不同地域、距离的障碍,随时随地可以通过微信、微博、QQ空间实现信息互动交流,接受信息的同时,可以即时互动发表自己的感想,与对方谈论交流自

己的一些观点、思想认识。这种互动交流相互影响着,调动了人们在网学习上、对政治关心的主观能动性,对政治关心的主观能动性,对政治关心的主观能动性。

应该清醒看到网络各种思潮的形成对人们思想和意识的冲击,哪些是主流的,哪些是负面消极的,对一些左右难辨的是非问题,会给党员群众的思想带来影响。由此,党建工作要改变传统思想政治工作的灌输方式,建立相互对等的交流空间,以强化对党员群众的政治思想教育、理想信念教育为基础,在相互讨论、正确解读和就一些敏感问题深度剖析下,提高党员群众是非观念的分辨力,增强党性修养,提高政治思想站位。

二、新兴媒体对党建工作的影响

新媒体的快速发展给党建工作带来了新的发展机遇,同时我们也应清醒地看到新兴媒体的“两面性”特点,对党的建设进一步深入开展产生深刻的影响。互

联网推送的信息错综复杂,多数信息是可靠和准确的,部分信息不具有真实性,这些失真的信息势必对党员干部群众思想意识产生消极的影响,不利于党建工作有效顺利的开展。

目前,国际形势复杂多变,一些资本主义国家对中国西化和意识形态领域侵蚀的脚步始终没有停止,他们通过各种渠道利用各种机会,对我们党和国家进行污蔑、丑化。这些在新媒体上传播的错误言论以及虚假信息,势必给党员干部群众的思想意识,带来不利影响。

另外,新媒体平台推送信息的多样化、便捷化在一定程度上方便了人们利用网络、手机等掌握学习有关理论知识,势必在一定范围弱化党员传统学习的方式方法。目前,以传统媒体为平台来开展党建工作的党组织仍然不在少数,显然相比新兴媒体而言,传统媒体互动性不及新媒体;调动大家学习的积极性、主

动性及新媒体。如:文字、音视频交互因素应用,有吸引力和感染力,方便了人们快捷及时的沟通,自然弱化了党员群众看纸质材料、论著和理论文章无法实现交流的阅读方式。现在人们已经对移动网络、手机产生依赖,改进教育学习形式,有效利用新媒体做好党建理论宣传工作,适应新时代社会发展和人民群众的现实需要。

三、利用新媒体创新党建工作的方式方法

利用新媒体改进党的建设的的方式和方法,在我党进行的反腐倡廉建设斗争方面得到了充分体现。充分利用新媒体的互动性,信息的快速传播性以及众多网民的监督与舆论影响力,高效推进了党领导的通过惩治腐败纯洁党的队伍的建设工作顺利开展,成效比较明显。各级党组织也都积极依托新媒体开设网站、微博微信等平台,及时推送有关制度和党的法律法规及反腐倡廉的规定要

发挥新媒体的舆论引导作用。

习近平总书记曾经提出,争夺网络阵地的实质是争夺舆论传播的主动权,争夺意识形态的制高点,最终争夺群众,争夺民心。党务工作者要顺势而为,把握时代特点,利用好新媒体创新党的思想政治工作。要紧紧围绕实现人民的根本利益,多与人民群众接触,深入实际加强调研,掌握一手情况,使思想工作具有针对性、说服力和感召力。充分利用好“学习强国”平台、“灯塔党建在线”和设立的党建工作学习交流的平台,整合有效资源,为基层党组织和党员进行理论学习、讨论,有效开展党组织活动提供便利,增强组织的凝聚力,牢牢把握思想政治工作领域的领导权和主动权。强化网络舆论宣传阵地意识,舆论引导力要围绕建设中国特色社会主义的发展,实现中华民族伟大复兴的中国梦,唱响主旋律,传播正能量。宣传的主动权要牢牢把握在人民的手中,时刻关注网络舆情信息,教育引导党员群众要理性,站稳政治立场,有效避免舆论失控局面出现。

(大众报业集团 张先新)

新媒体时代党建工作思考