



三江热议

市场化的公益才能走得更远

朱志莹

去年11月底,宁波首个公益产品展销实体店——海曙区公益产品展销中心开门迎客。被创办者昵称为“益兔”的这个新平台,生意清淡,五个月收入不到四万元。这里所有展品都是社会公益组织或是志愿者提供,产品销售出去后,除了留下20%作为运营成本,剩下的全部返回给各公益组织,用于公益再循环。

3月25日《宁波晚报》

希望工程创始人徐永光先生曾经说过这样一句话:所有改革转型成功的公益组织,无一不是遵循了市场化的规则。虽然关于公益事业市场化的论调早已有之,用商业创新手段做公益事业的呼声也越来越高,但环顾左右,真正进行市场化操作的公益项目为数很少,成功打出品牌的更是凤毛麟角。

就宁波市而言,目前拥有各类公益组织8000家左右,其中海曙区就有1400多家,但是进行市场化运作的仅有28家,这28家市场化运作的公益组织,无疑是推动宁波公益事业市场化的一群领头羊,而宁波首个公益产品展销实体店——海曙区公益产品展销中心的推

出,对宁波公益事业来说,更具有标志性的意义。我们也在海曙区公益产品展销中心短短五个月的历程中,看到了市场化给公益事业带来的新趋势。

首先,公益组织开始从“后台”跑到“前台”——实体店的创办、“益兔”平台的搭建,无不说明创办者公益品牌意识的加强,这是市场化品牌运作的重要一步。

其次,公益组织的市场化营销意识加强——为了应对生意清淡,海曙区公益产品展销中心积极策划“公益集市”等各类活动。

至于对“产品同类化”、“无法批量生产”的自我剖析,则说明了海曙区公益产品展销中心正逐渐从“等米下锅”的传统公益组织“进化”到现代的市场化公益组织。

因此,海曙区公益产品展销中心走出的这一步,无疑是可贵的一步。略有遗憾的是,这一步,走得有点“蹒跚”。不过我们相信,如今,人们对公益事业的热情越来越高涨,在全社会的鼓励和支持下,一些有创新意识的公益组织,必定会打出品牌,并通过市场化实现良性循环!

图评天下

别把造谣传谣当消遣

左崇年

据3月26日《新闻晨报》,近日,经上海网警调查,3月21日在微信朋友圈、部分公众号中流传的“上海徐汇枫林路中科院发生火灾”的视频、图片系虚假信息。警方已依法对造谣者予以行政拘留。

如今网络发达,海量信息充斥于世,有的人不是存心要给社会添乱,而是看到一条感到好奇的信息,就不管真假,到处转发,不知不觉成了谣言的传播者;有的人出于“正义感”,看到“义愤填膺”的信息,不分青红皂白先转了再说。而许多时候,散布这类不实信息。不仅扰乱了正常的社会公共秩序,而且造成社会恐慌,结果每一个人都是谣言的受害者。



CFP供图

“取消门票”的凤凰才能涅槃

郭元鹏

针对日前网上热议“凤凰古城取消门票收费”的消息,湖南凤凰古城风景名胜区政府管理处主任姚文凯表示,景区合作经营三年试运营期今年即将到期,目前,正在广泛征求各方人士、利益群体、相关企业意见,是否取消收费还没有决定。下一步还将做好专家论证、群众听证会、风险评估和合法性审查,集体决策后向社会公布。

3月27日《北京青年报》

“凤凰古城取消门票收费”的消息像长了翅膀一样的飞翔着,网络之上已经成了凤凰的刷屏之地。不过,仔细看看消息来源,没有一条起初消息来源于正规媒体,也不是官方说法。再仔细看看,全部都是匿名网友发布在各个论坛和贴吧里的。不是笔者不怀好意,这直接给我的感受就是:无非又是一场商业炒作。

这也难怪,自从凤凰古城在舆论的炮火里,冒着所有人反对的声音,一意孤行地推行了“门票打包收费”之后,这里的形势就出现了逆转。虽然还不至于门前冷落车马稀,可是游客的数量已经减少了,而且当地官方的统计数据也显示收入是下降的。门票都打包销售了,为何反倒是效益下滑了?其实,成为“落汤鸡”的凤凰心里最明白,这是因为“门票打包收费”犯了众怒,不

是游客心里没有凤凰,而是凤凰丢弃了游客。

为了拯救成为“落汤鸡”的凤凰,凤凰古城想尽了一切自己救自己的办法,竟然还搞了一场被舆论谴责的“到凤凰古城期待一场艳遇”的活动,结果怎样?游客依然不买账。在这种情况下,我们就很难相信“凤凰古城取消门票收费”的新闻是真实的,这更像是一场为了吸引眼球的自救行动。不过,再多的眼球,也未必能够实现凤凰涅槃。这是因为只要“打包收费”存在,这就是游客心里过不去的坎,不在乎那几个门票钱,在意的是这种“挟门票令游客”的齷齪。

不过,“凤凰古城取消门票收费”的事件,还是有很宽泛的讨论空间的。也就是说我们需要彻底反思对门票经济的依赖了。经济收入体现在方方面面,在这个全民旅游的时代里,门票的占比理应下降,或者是直接抛弃。人气来了,一切都是收入,只要有人的地方就有消费,消费火了,就是旅游经济火了,住宿、餐饮、文化产品、地方特产一样可以成就经济的发展。景区门票只是个小芝麻,我们别捡了芝麻丢了西瓜。

对于凤凰古城而言,如果这次能在舆论的关注中,实现自己的顺坡下驴也就是一件好事情了,何不用“取消门票”来营救已成了落汤鸡的凤凰呢?

热点快评

【上海迪士尼门票开售 黄牛开价千元】28日凌晨,上海迪士尼乐园将正式对外售票,但网络上有关门票销售的信息已满天飞。官方票价370元,高峰日499元。倒卖门票的比比皆是,价格区间悬殊,最低仅需1元订金,最高标出1000元/张,按照计划,上海迪士尼将于6月16日开园。
3月27日《新京报》官方微博

快评:尽管黄牛为人们所鄙视、官方所头疼,但不得不承认,在不少商业活动中,黄牛给出的价格,往往最“市场”,也最能将“随行就市”发挥得淋漓尽致。目前黄牛给出的价格也在较大程度上反映了市场上迪士尼门票的“热度”。这也提醒上海迪士尼乐园方和旅客早作准备:对迪士尼方来说,应该尽可能创造条件让游客通过正规渠道方便购票,并通过加强身份审核等技术手段,压缩黄牛活动空间,维护游客的利益和园方的声誉;对游客来说,能以官方价格购到票固然好,购不到不妨考虑延期,“黄牛票”价高不说,还可能会因身份信息等因素影响行程,不去凑这个“开门红”也罢。

【1小时挣万元收入超网红 官方:应禁止】最近“一小时收入18842元,在线辅导教师收入超网红?”的消息引发关注。据调查,网传的高收入是真的,但是少数,有的老师一小时收入不到10元。据悉,在线辅导成本低、效率高,很多家长愿意尝试。官方表示,应禁止。
据今日本报A09版

快评:评判“在线辅导”这件新事物的优劣,标准肯定不是辅导老师一小时赚多少,而是是否有更多的学生分享到优质的教学资源,并学有所得。从目前受学生和欢迎的程度来看,“在线辅导”确实具有这样的效果,因此不应该一棍子打死。需要监管的是,当教师从“在线辅导”平台赚得的外快远远超过学校收入时,他们会不会将课堂教学与“在线辅导”也来个本末倒置呢?

街谈巷议

挤出非基本殡葬收费的价格泡沫 又到一年清明时,兰州市殡仪馆今年清明期间继续推出多项惠民利民便民措施。其中,针对城市三无人员、农村五保供养对象、重点优抚对象、城乡低保对象等特殊困难人群,落实“减免基本殡葬(火化)费用”政策。
3月27日《兰州晨报》

打破殡葬行业的暴利惯性,回归公益本质,势在必行。殡葬服务费标准既涉及公众利益,也属于依附于行政垄断下的自然垄断行业,民政等政府职能部门不能让天价公墓成为民众不能承受之重。为群众免费提供基本殡葬服务,体现了政府的责任担当,但是,非基本殡葬服务项目之外的灵堂、骨灰盒、墓地价格才是殡葬暴利的大头。政府应该切实尽到监管责任,增强非基本殡葬产品成本的透明性,完善殡葬服务价格监督措施,形成合理的殡葬服务定价机制。

叶祝颐

饭票抵工资背后的“管理”思维更可怕 给农民工预支工资,其中有一部分给的是餐票。这一明显违反国家规定的现象,如今在武汉市极少数工地上仍然存在。昨日,洪山区一工地农民工就反映,工地此举侵犯了他们的饮食选择权。

3月27日《楚天都市报》

国家明文规定,工资必须以货币形式发放,但是项目部有关负责人的理由是:发放饭票让工人在食堂就餐也是为了方便统一管理。试想,倘若食堂菜品丰富,价廉物美,辛苦一天的工人们还会舍近求远外出就餐吗?“饭票抵工资”的实质是强迫工人消费来实现盈利。

“饭票抵工资”背后的“管理”思维更可怕。无论何种管理方式,都要在遵守法律、科学管理的基础之上。在各地频现用工荒的现实境况下,善待员工、留住工人、创造和谐、平等的工作氛围是企业管理的法宝。现代企业管理强调以人为本,规范管理,而不能依仗权势、一切围绕管理者的私利转。
斯涵涵

投稿邮箱:nbwbppj@163.com