

三江热议

打击广告电话
不能满足于“第一枪”

毛建国

卖房子、卖保险、银行理财……针对公众深恶痛绝的广告电话，将于3月1日开始实施的《江苏省广告条例》作出明确规定：未经当事人同意或者请求，不得通过电话或电子邮件发送广告。这一规定引起全国瞩目。据了解，广告骚扰电话早就引起了江苏省人大代表和政协委员的关注，江苏在修订广告条例时也考虑到了代表、委员们的意见。专家指出，这项规定开创了先河，非常值得肯定。
1月17日《扬子晚报》

江苏这一规定，有人解读为向广告电话打响“第一枪”。“第一”更多是肯定其新，而“枪”则反映出对于广告电话的深恶痛绝。接受市场经济洗礼多年，人们早就习惯了各种各样的广告。可是广告电话从本质上讲是一种骚扰，已经成为一个严重的社会问题。

工信部旗下的12321举报中心报告显示，2018年8~9月被举报的骚扰电话18万次，还有不断增加的趋势。举报的只是极小部分，大多数人接到骚扰电话往往默默掐掉。参与此次立法的江苏省人大常委会法工委副主任赵建阳介绍，“我们工作组在开会修改条例的时候，也不断接到这样的广告电话。”

现在，终于见到向广告电话开枪了。这个条例明确将未经当事人同意或者请求的广告电话规定为违法，但是并没有设定相应的行政处罚。有关方面抛出了三个理由，其一是电话广告和信息广告有所不同，信息直达用户，而电话却可以拒绝；其二电话广告取证比较难；其三则是电信运营商有义务制止广告电话。

其实，信息广告还有一个缓冲，可是电话广告却是横冲直撞地冲过来，根本就没有任何选择；至于取证难，再难也难不过多数诈骗与刑事案件；而强调运营商责任，这也与惩戒并不矛盾。

在很多人心目中，电话广告的危害性甚于信息广告。对于信息广告，还可以选择不看，可是电话广告只能“躺枪”。有关法律规定，违规通过电子信息方式发送广告的，有关部门责令停止违法行为，对广告主处五千元以上三万元以下罚款，可是在电话广告上，最多也就是讲讲道理。能跨出第一步、打出“第一枪”固然不容易，但也不能满足于只跨一步；明明可以多走两步，为什么要满足于“首开先河”呢？

对于广告电话，人们早就受够了，迫切希望问题得到解决。江苏省的举措当然是好事，正如有关方面所说，“这体现了以问题为导向，顺应了主流民意”。对于广告电话，如果能“一枪致命”，那么一枪也就够了；如果不能，就不能满足于“第一枪”，而要扩大并确保战果。就目前来看，要想真正解决这个问题，还要集中火力多开几枪。

图说世相



严勇杰 绘

街谈巷议

回应“领导霸座”何必扭扭怩怩

卞广春

近日，网曝“中铁成都局领导私自带无票旅客乘车，强占工作人员座位，并当众辱骂和威胁司机”。17日，中国铁路成都局集团有限公司微博“西南铁路”，先后删除中午12:02和13:21的通报，于13:26发布最新的通报。
综合《新京报》《华西都市报》

“领导霸座”视频，所以引发网友热议，说明这不是一件简单的座位之争，或涉及铁路管理人员、工作人员与司乘人员之间的关系等敏感问题。问题是，本来想把“领导霸座”事件说清楚并不难，现在需要对比三份通报，从中看出端倪并不容易。无论是前两次删除的通报，还是现在定稿的通报，都难免扭扭怩怩。通报不能一次成型，说明通报发布者回应舆论事件缺乏诚意，没有着眼于回应公众关切的问题。这样回应舆论事件的风格，实际上是在敷衍外部群众，遮盖内部管理上的矛盾。希望“西南铁路”能把座位问题说清楚。

“情绪签到”——劳动者需要“安全阀”

杨朝清

每天提前10分钟到岗，通过察言观色、本人自评及家属反馈等方式，进行情绪测评，等级合格及以上者予以交代安全运营注意事项，不合格的将被暂缓上岗，安排到临时休息室由车队负责人陪着喝茶、谈心，待心情由“阴”转“晴”再上岗。1月9日起，浙江舟山市公交公司在首批4个公交首末站实施司机上岗前的“情绪签到”制度。
1月17日 澎湃新闻

公交司机的情绪直接关系到乘客的出行安全。“情绪签到”表面上是多此一举，实际上却是不可或缺的“安全阀”。公交司机并非不知道疲倦、没有情绪情感的机器人，而是有着喜怒哀乐的鲜活生命。当公交司机的情绪出现较大的波动，驾驶就会变成一种危险的行为；“情绪签到”做到了未雨绸缪的风险防范，既是对乘客安全的守卫，也是对公交司机的关爱，看似是“紧箍咒”，实则是“保护绳”。

“逆袭”的小罐茶值不值得尊重

戴先任

在不少机场、高铁站，小罐茶和各地特产成了邻居，精美的小罐包装、高端的品牌形象、广告的狂轰滥炸，让正式上市才两年多的小罐茶成了中国茶叶界的新晋“网红”。但这两天，有着“总裁专享”之称的小罐茶陷入了争议。有人发现，按照小罐茶的宣传，其炒茶大师一年下来可要“累坏了”，与客观事实完全不符。于是，不少消费者开始质疑小罐茶虚假宣传。
1月17日《北京日报》客户端

在这个“酒香也怕巷子深”的时代，企业也要懂得营销策略，懂得包装自己，小罐茶迎合年轻人的消费心理，实现“逆袭”，就是成功范例，值得其他企业借鉴。但企业营销也要遵守相关法律法规，不能进行虚假宣传，不能进行低俗营销、恶俗营销等等。企业最终能否走得长远，还是要靠产品质量、服务质量，否则虽然暂时能靠“投机取巧”取胜，也难以真正在市场上站稳脚跟，甚至只会让自己“跌得更重”。

宁波银行专栏

宁波银行发力线上业务
让惠民金融服务更给力

宁波银行秉持“服务实体经济，服务中小企业，服务市民百姓”理念，以“线下业务线上化，线上业务移动化”推进数字化金融服务，让惠民金融更加便民利民。

全方位的线上金融服务

宁波银行惠民金融已覆盖网上银行、手机银行和微信银行三大线上渠道，为市民提供“全天候、多触点、不间断”一站式金融服务。

宁波银行已将超过90%的线下业务搬到了线上，如在线贷款、投资理财、转账汇款等，市民足不出户就可办理投融资支付业务；在电子渠道推出水电煤缴费、校园一卡通、物业缴费等服务。

宁波银行与银联、华为等公司合作，推出银联云闪付、华为PAY等主流支付产品，基本可以满足移动支付需求，同时参加“5折乘地铁、1分钱坐公交”等移动支付活动。

宁波银行密切关注金融科技最新动态，在电子渠道中引入多项新技术，比如通过人脸识别技术，协助识别客户身份；通过指纹识别技术，实现快速登录；自动识别用户银行卡，实现快速转账等。

智能化的线下网点服务

在发力线上业务的同时，宁波银行不仅没有撤减线下物理网点，反而仍在积极布局，目前在宁波地区的网点数已经增至206家，并大力推动网点向智能化方向转型，智能网点数已达到72家。

在新的营业网点内，宁波银行通过移动柜员机、综合柜员机、现金柜员机等自助设备，实现“免排队”、“免等待”和“免人工”的三免服务，促进网点转型。

市民进入网点后，在叫号机上刷一下身份证，移动柜员机就会显示相关信息。大堂经理主动上前询问需求，并根据业务类型，将市民引导至对应的自助设备上办理，或直接在移动柜员机办理转账、开户等业务。

综合柜员机整合柜面业务流程，原先耗时较长的业务可在短时间内办理。以同卡号换卡为例，按照传统的柜面换卡模式，市民需来网点2次，还要等待7-10天制卡时间。而综合柜员机整合先进制卡模块，客户将磁条卡插入机具后，通过验证身份证等信息，5分钟内就可以拿到一张同号芯片卡。

在柜面交易中，存取款等现金交易数量多，网点需要提供大量人工服务，而利用现金柜员机，市民可自助办理存款、取款、转账等现金交易，无须再到柜面办理。

惠民金融不仅是履行企业社会责任，更是维系银行发展的原动力，宁波银行将秉承服务宁波实体经济，服务宁波父老乡亲的理念，创新产品，提升服务，变革模式，不断满足市民日益增长的美好生活的金融需求。

投稿邮箱 nbwbpjpl@163.com