

三江热议

春节送温暖多些“私人定制”

郭元鹏

“这是新买的四件套,可以给孩子们用!”“家里翻箱倒柜好几遍,刚好找出几口大锅!”上个周末,宁波市鄞州区钟公庙街道都市森林社区的大厅内,堆满了各种爱心物资,陆续有居民送来大包小包,装的都是居民认领的爱心物资。这场爱心接力前后持续了近一个月,从社区发布心愿清单到居民接单,每一件爱心物资都是“私人定制”。

1月22日《宁波晚报》

这次“私人定制”的“春节礼物”,是“浙江好人”潘焕军创立的“本恩根”爱心公益团队组织的。不同于其他地方爱心组织开展的春节送温暖活动,他们送来的春节礼物都是“私人定制”的,目前已经有300多份“私人定制”的“春节礼物”发到受助者的手里。

“私人定制”的“春节礼物”的好处在于,虽然都是礼物,价

值虽然也差不多,但“私人定制”更能对接需求,更能满足需要,更能实现精准关爱。比如,报道中提及的“几口大锅”,就是特殊群体申请的“私人定制”礼物;比如,有的群众说需要“大码棉鞋”,爱心人士就捐赠了10双。

春节前后,各地政府部门、各地公益组织,都会开展献爱心活动,会捐赠不少爱心礼物。以往的时候,这种送温暖,不管是哪个群体,不管是什么困难,送出去的都是“一样的礼物”。没有实现“送温暖的精准对接”。钱也花了,爱心也到了,可是未必就是人家“需要的爱心”。

想起几年前看到的一则送温暖的新闻:某地爱心组织为农村的几户困难老人送去“一家一个空调”。结果老人不仅没有使用,还都从墙上拆掉卖掉了,老人说:我们一直不使用空调,电费也太贵了。这其实不是受助

者“鸡蛋里面挑骨头”,而是确实不是他们“需要的”“想要的”。

群体不同,困难不同,诉求不同,自然想法也不同。爱心不该是“一模一样”的,而应该是“有所不同”的。最近这几年不少地方都在开展“微心愿”活动,主要的方式就是:让受助者说出自己的“小心愿”,政府部门、爱心组织在送温暖的时候,有针对性地满足他们的需求,礼物的价值都差不多,而送去的新年礼物却不是“一模一样”的。比如,为留守儿童送去的新年礼物,有的是书包,有的是衣服,有的是书桌,有的是玩具。比如,为老人送去的礼物,也是这样的“不同的爱心”,实现了送温暖的精准化。

春节送温暖多些“私人定制”,少些“我给你什么你接收什么”,多些“你需要什么我就送什么”。“私人定制”让春节送温暖更温情!

街谈巷议

误发异地违停 急需自我纠错

郑建钢

车子没去过外地,半年多来却接连3次收到来自外地的违停提醒,这样的事情你碰到过吗?近日,网友张先生通过宁波民生e点通群众留言板反映,家里一辆轿车,长期停在江北区长阳路单位停车场内,可是从去年开始,接连3次收到安徽省发来的违停通知,该怎么办?

1月22日《宁波日报》

如果只是被别有用心的人恶意套牌,车主不用太担心,可以到机动车登记地或者违法行为发生地的交警部门报案,警方会通过交通违法证据进行甄别比对,一定会查清楚的,相信恶意套牌最后能够得到纠正,车主不会遭受什么意外损失。

不过,网友张先生既收到来自“安徽交警”的违停短信通知,又收到来自“芜湖交警”的违停消息,而且是接连3次收到,但实际上他并没有去过安徽省,之所以一而再再而三地收到不同地方的违停通知,就像交警所说的那样,“该情况是由于设备识别有误”。可是,这样的“设备识别有误”对车主来说,除了惊讶,还有惊吓,让车主时刻处于提心吊胆状态,实在太要命,是不应该发生的。

让人感到遗憾的是,如此让车主惊吓过度的“设备识别有误”,当地的交警部门是不会自主纠错的,而是要车主通过“交管12123”APP去申诉,或者通过“交管12123”微信小程序,或者直接去属地车辆违法处理中心咨询办理相关业务。换句话说,“设备识别有误”,即使错了也不管,而是需要车主来回折腾走程序,才能消除错误,而且并不能保证以后不再重犯。要是车主是一位上了年纪的老年人,根本不会弄什么APP、微信小程序,恐怕只能徒呼奈何了。

按照法律规定,谁主张谁举证。如果说车主违停,那就要拿出过得硬的、令人信服的确凿证据来证明违停事实,而决不能拿“有误”来搪塞,更不能以你不服那你就自己去申诉,来作为事情的最后处理结果。

“设备识别有误”本来就错了,不能一错再错,自己错了却要让车主来回折腾。现在监控水平已经非常高了,高清摄像头的精度达到了分米级,别说司机打手机,就连司机的面部表情、后排人员不系安全带都能拍得一清二楚,纠正驾车违章能做到一拍一个准,谁也跑不了。如果说为了道路交通安全,这样做是必须的话,那么,以子虚乌有的“违停”强加于司机头上,自己“识别有误”却不纠正,如此双重标准害人不少。

罚你没商量,错了不认账,损害了执法的权威性和严肃性,侵害了司机的合法权益。本着执法必严、违法必究的原则,有关部门应该迅速纠正“设备识别有误”,还相关司机清白,并保证以后不再重蹈覆辙,是当务之急。

热点追评

“最听劝老板”靠刷评论区救活伞厂 练好内功才能让“听劝”更有价值

丁慎毅

“叔,我想要一把会下雨的伞”“走夜路怕黑,想要一把会发光的伞……”今年38岁的雷鹏琳是浙江一家小伞厂的老板,他经常收到这样脑洞大开的“许愿”留言。他把网络账号上的留言区变成了设计部,听从网友的建议先后推出“镭射反光伞”“风扇伞”“钓鱼伞”等出人意料的产品,并解决了伞厂曾面临的滞销危机,2023年一年共售出120多万把伞。

1月23日《扬子晚报》

2023年,“听劝体”风靡社交平台。从外出游玩的计划制定,到在买车、就业等人生大事中寻求参考,“听劝体”被年轻人视为社交平台“成功宝典”。到今年开年,哈尔滨冰雪旅游火爆出圈,“听劝体”又在各地文旅局长身上风靡。

“听劝体”既体现了互联网上人与人之间的温情和善意,也体现了供给侧的新思维。于政府,“听劝”让城市更有活力更温暖;于个人,“听劝”让个体的困难更容易被来自四面八方的善

意消解;于企业,“听劝”更有助于企业细分市场。

但是,“听劝”只是第一步,第二步则是用已有的“内功”把劝意融进来再发力。这就需要充分挖掘自身的资源,根据劝意,进行资源优化整合,进而找到新的发力点。哈尔滨、沈阳如此,之前的淄博、榕江同样如此。而那些听网友劝,由躺平变为冲刺、由失败变为成功的个人,也是如此。

回过头来再说企业。“最听劝老板”雷鹏琳靠刷评论区救活伞厂,首选是雷鹏琳在雨伞厂工作了10年时间,一路从车间普通工人做到车间主管、生产厂长再到金牌销售、公司经理,积累了制伞业的相应资源。然后他辞职创业开伞厂,但老思路让伞厂陷入内卷,最困难的时候差点破产倒闭。

然后他带领团队“试水”电商,刚开始并不顺利,转机是他在评论区看到一条留言——“叔,我走夜路怕被车撞,想要一把镭射反光伞。”雷鹏琳说“那条留言点赞很多,我一看就知道,这东西不

难,能做出来。”于是他立即安排工厂生产,一上架就卖了7万把。之后,他的评论区就成了“许愿池”和“设计部”,从会反光的镭射伞、夏天用的风扇伞,到专为情侣设计的双人伞、垂着帘子的挡雨伞、能方便垂钓者的钓鱼伞……雷鹏琳以个性化的产品打开了市场销路,他也被称为最“听劝”的厂长。雷鹏琳感叹:“只有加入他们,了解他们的需求,才能做出让他们满意的伞。”

细分市场,被称为现代企业的“入场券”。深入研究细分市场,才能顺应市场需求生产加工适销对路的产品,构建精准对接的销售路径。而要找准市场契机和切入点,不仅看市场上有什么,更要看市场上没有什么,需要什么。看自己有什么,需要什么。而“听劝”就是最好的市场调研,优化资源细分市场就是最好的手段。城乡建设如此,企业经营如此,个人发展同样如此。所以,不管是文旅局长、企业家还是个人,听劝而不止于“听劝”,还要有“内功”。否则,可能圈住了自己。