

星报时评信箱：
xbxy2010@126.com微声音
WEI SHENG YIN

裸官治理,应有跟进动作

“老婆定居国外了,儿女出国留学了,财产基本转移了,随时准备跳船了”,梳理近几年来落马贪官,不难发现,裸官和贪官之间存在一些相互转化关系。公民选择移民移居实属正常,但党员干部毕竟不是普通群众,作为公权力的行使者,必然要接受更多政治忠诚度的要求。@人民日报

私企不发月饼,跟哪门子风

东莞苹果代工厂万余工人因中秋福利取消而停工。国企事业单位不发月饼,那是反腐需要,一个私企,对招聘时承诺了的福利,说取消就取消了,这是啥道理?反腐、清理不当福利是公家的事,私企要抢搭“顺风车”,就是要流氓了!@新京报评论

“全国一张卷” 离高考公平还很远

□施桂玲

作为一家民间教育研究机构,21世纪教育研究院日前就刚出台的高考改革方案进行了公众网络调查。在回收的5871份有效问卷中,有80%的网友赞成高考恢复“全国统一命题试卷”。(9月10日《中国青年报》)

提到高考,相信经历过的人肯定深有感触,我作为一名曾经的山东考生尤其体会到高考的不易。虽然山东考生常被认为高考录取最吃亏,但我并不认为全国统一考卷就会带来考试的公平,甚至有点避重就轻的嫌疑,想要公平,更应该是打破名校录取的地方保护主义。

全国统一命题试卷貌似公平,其实这种做法存在着诸多隐患。其一,由于各地教育资源并不均衡,即便全国推行统一命题试卷,录取时还是按照各省实际情况划线,那么对于其他高分地区考生并不公平。凭什么同一份考卷,你500分就能够过一本线,而我600分还达不到一本线呢?其二,如果统一考卷且统一录取线,又势必造成高考高分省份占据高校绝大多数招生名额的情况,这也有悖于高考注重公平的初衷。就此看来,全国统一考卷对实现考试公平并没有多少实际意义。

人们现在诟病的不是各省份高考是否应该使用全国统一试卷,诟病的是高校招生的地方保护主义。不能使得北京大学成为北京人的大学,复旦大学成为上海人的大学,其他省份考生想要进入这些名校需要付出比当地人多得多的努力。要知道名校都是公办的,面向的是全国各地的考生,需要将更多的招生计划留给那些人口基数大、考生数量多的省份以及其他需要照顾的边远少数民族地区才是。打破区域歧视,实现大学科学录取才是实现教育公平的出路。

打破“户籍决定命运”并不是说起来那么简单,需要采用各种手段均衡配置教育资源。当省份与省份之间,同一省份的农村娃和城里娃之间都能够享受到同样的教育资源,当大家都在同一条起跑线之日,才是考虑全国统一命题,最终达到统一划定分数线录取之时。

我们欢迎关于高考的各种试水改革,只有不断改进才能使得高考制度更加科学合理。当然,在改革的进程中要始终谨记公平这个原则,掌握住“公平”这个舵,高考改革的春天就不会远。

非常道 FEI CHANG DAO

“全世界的鸡蛋团结起来,也打不碎半块破砖头。哪怕鸡蛋再粉嫩、再光滑、再圆润……”

——来自著名相声演员郭德纲的微博。他打这个比方,是想说明,“人还是得有能耐”。这似乎也可以看做是他对自己从艺之路的总结。

“纪检本身就是得罪人的事情,如果总想着明哲保身,甚至和光同尘,利益均沾,那结果只能是失职、渎职。”

——中央纪委监察部网站昨日刊文,批评了一些纪检干部只想与同级党委搞好关系等失职现象。《新京报》昨日刊发社论称,纪检干部若想真正发挥监督职能,除了本身的主观努力之外,也离不开纪检体制的改革。

世相杂谈
SHI XIANG ZA TAN

不妨给“求人肉”检察官 一点肯定

□张绪才

“我缺钱,我对二十万感兴趣,请楼主组织人扒我,然后帮我讨要二十万!”看到网上一则假冒凤凰卫视主持人梁文道名义发起的“二十万悬赏清官”帖,检察官何文凯带着些许揶揄,在以实名认证的个人微博里,噼里啪啦敲下这段话。结果,将他上升为了“网络舆情”,还被贴上“官员求人肉”的标签。(9月10日《中国青年报》)

当看到网上“二十万悬赏清官”帖,检察官何文凯发帖“请扒我”,虽然我们不可以之举就评判他的廉洁性,但他自告“请扒我”的勇气,却是值得肯定的,这或多或少能说明一点问题。最起码可以表明,是一个性情中人。

从何文凯自己公布到网上的财产状况看,两套房产,一套集资建房,一套商品房,一辆家庭轿车。月入近六千元,其爱人在三甲医院工作(想必收入会更多些),对于工作了几十年的夫妻来说,这样的财产状况当属正常。这或许正是检察官何文凯面对“二十万悬赏清官”帖,不避让,敢于主动应战,并且“求人肉”的底气。

有人可能以为,台面上宣称廉洁,背后腐败得一塌糊涂的大官小官多了。的确不错,但这样的官员不过是“场面”需要下的“隐身术”。但何文凯面对的不是“二十万悬赏清官”帖,不存在“场面”需要而玩“隐身术”,而且这样的表现是他深恶痛绝的,被他称之为“撒谎不脸红”。这样的佐证从报道中还可以找到一些。

话说回来,清不清廉,自己说的都不算。我们不必肯定说何文凯“求人肉”就清廉了,但也不必“求人肉”就围攻,这都是不正常的。毕竟网络时代,更是一个宽容和理性的时代。总之,对“二十万悬赏清官”帖,不是避讳不言,主动应战“求人肉”,这本身是值得肯定的。

格力电器:逆市增长的生意经

8月末,格力电器(000651.SZ)公布了2014年半年报,报告期内公司实现营业收入589.30亿元,较上年同期增加10.17%;实现净利润57.73亿元,较上年同期增长42.71%;基本每股收益1.90元,同比增长42.86%,行业龙头地位进一步巩固。

今年上半年,虽然电器行业整体大环境并不景气,受房地产调控、节能补贴政策退出等因素影响,国内市场增长乏力,海外市场受政局、经济、汇率等因素影响,需求亦较为疲软,但从半年报的业绩看,格力电器仍继续保持稳健发展的态势。

“毫无疑问是始终不断地创新。”格力电器董事长董明珠在接受《中国经济周刊》采访时表示,格力之所以能够取得如此成绩,要归功于公司历史上在“创新”引领下实现的三次转型升级。

创新营销模式成就行业第一

1991年成立之初,格力电器只有一条年产两万台窗式空调的生产线,主要依靠模仿生产。较之于国内数百家空调企业,格力既无任何质量优势,也谈不上品牌影响,更没有规模实力。在激烈市场竞争中,格力遭遇到出货难、结算难、回款难等诸多问题,发展缓慢,甚至面临着生存危机。

回忆起当时的困境,董明珠告诉《中国经济周刊》,产品质量问题是企业求生存、图发展的基础,也是格力面临的主要难题之一。由此,公司对内完善质量管理体系,推

行了一系列提升产品质量的措施;对外创造性地推行了“格力淡季销售政策”,充分调动经销商的积极性,争取提高市场占有率。

为了保证产品质量,格力制定并实行了“质量厂(部)长制度”、“全员质量制度”等,规定厂(部)长对各自厂(部)的质量问题负责,凡是出现重大质量事故,实行一票否决;规定生产员工对自己所经手的产品工序、作业质量负责。这些制度的推行,极大地提升了管理、生产岗位上员工的质量意识,有效地杜绝了人为因素造成的质量隐患。

坚持以质量求生存,格力陆续打造出冷静王、空调贵族等大批明星产品,逐渐赢得了消费者的青睐,兑现了“好空调、格力造”的品牌承诺。

除了质量管理之外,格力在营销模式上的独辟蹊径也颇令同业侧目。

1996年遭遇凉夏,各大空调企业的产品卖不掉,造成库存大量积压。许多厂家与商家为了出货低价抛售,大打价格战。而格力电器总部却发出通知,决不允许经销商擅自降价,如果以牺牲安装质量和售后服务为代价,格力宁愿让出市场。

“凉夏血战”最终导致大多数经销商和厂家损失惨重,格力也深受其苦。但格力毅然宣布了一个令人意外的决定:拿出1亿多元利润给每位经销商销售额2%的返利,并且年年都返。由此,格力先后在家电行业首创“年终返利”模式和“淡季贴息返利”模式,这两种模式后来被各大家电厂商

沿用至今。

此后,为了统一销售渠道、产品价格和服务,格力独创了“区域性销售公司”,自建销售渠道,出货政策全部变为“现款现货”,充分保证了企业运营的资金链,并且率先在行业内实行条形码管理,实现了产品质量的可追溯性,极大地调动了经销商的积极性。2006年,格力引进经销商作为公司战略投资者,通过产权关系稳固厂商关系。

通过第一次转型发展,格力赢得了良好的口碑,市场占有率进一步提高,并且通过渠道建设,使公司实现了按需生产,保证了资金充足。1995年,格力空调的销售额达到25.64亿元,首次成为中国市场的行业第一,此后保持这一位置直到如今,已持续19年。

核心科技创新的力量

经过第一次转型发展,格力虽然以产品品质赢得了市场,但在与其他名企的竞争中,尚无技术优势。董明珠坦言,2000年,格力信心满满地接下了一笔“一拖多”多联式中央空调业务,结果未能按期研发出该技术,时任格力电器董事长朱江洪孤注一掷,带着上亿资金亲赴日本购买该项技术,却被断然拒绝。日本方面还明确表示自己花了16年才研制出来的核心技术,绝对不会转让给任何一家中国企业。

这让格力清醒地意识到,“核心技术是用钱买不到的”。被刺痛了的格力开始将技术

研发作为基石,并提出“格力,掌握核心技术”的口号。

自2000年起,格力开始大幅增加研发投入,只要有利于技术创新,就实行“按需投入”的原则,不设上限,并先后成立了制冷、机电、家电、自动化、新能源环境等5所技术研究院,负责前瞻性的技术研究;建成了环境模拟实验室、焓差实验室、热平衡实验室、高低温实验室等530多个专业实验室。

格力电器对科研的重视与投入产生了巨大的效益,不仅打破了国外技术垄断,许多核心技术还走到了“国际领先”前列,从而占据了空调行业领头羊的地位。目前,公司申请国家专利12000多项,其中申请发明专利近4000项,拥有国际领先技术12项,其中“变频空调关键技术的研究及应用”项目荣获国家科学技术进步奖二等奖。

温馨提示:安徽格力“十天十夜大惠战,万人空巷抢格力”大型促销活动正在进行,活动期间格力全品类产品劲爆促销,优惠力度可观。详情请咨询各格力网点。

十天十夜大惠战 万人空巷抢格力

全年极限价,人人VIP,14年仅此一次
中秋已过!请别再错过!
[活动时间:2014年9月6日-15日]