

“五一”临近

市消协提醒消费者出游谨防消费陷阱

本报讯(记者 奕 赢)“五一”即将来临,旅游市场又将迎来一个小高峰。根据以往经验,旅游投诉在这个时期比较集中。为避免消费者在出游时遭遇消费陷阱和霸王条款,昨日,市消协发布消费警示,提醒广大消费者“五一”出游时需谨慎。

选择旅行社注意资质信誉。消费者在签订旅行合同前,应当留心观察营业场所是否固定、是否依法悬挂营业执照,对于出境旅游、边境旅游还应当看

其是否有《旅行社业务经营许可证》等资质。同时,消费者应当注意资质材料与签约主体名称是否一致。对于投诉率较高的旅行社,应当慎重选择。

签订合同前注意阅读条款。旅行合同是各方约定权利义务的基本载体,根据《旅游法》的规定,包价旅游合同应当采用书面形式,包括旅行社、旅游者的基本信息、旅游行程安排、旅游团成团的最低人数、交通、住宿、餐饮等旅游服务安排和标准,游览、娱乐等项目的具

体内容和时间,自由活动时间安排,旅游费用和交纳期限方式,违约责任和解决纠纷的方式,法律、法规和规定和双方约定的其他事项。

优惠活动注意防备广告陷阱。一些旅游公司在广告宣传中打出各种优惠条件来吸引消费者,消费者要注意广告中可能隐藏着旅游景点、时间、线路“缩水”,降低服务质量、规格、标准等问题,谨防上当受骗。

旅游活动中注意人身安全。在旅游

活动中,要照顾好老人和小孩的安全,要有保障和保险意识,特别要注意保证人身、财物、交通、住宿安全。

发生纠纷时注意维权方式。消费者与旅游经营者发生纠纷,可以通过下列途径解决:双方协商;向消费者协会、旅游行政管理部门投诉;根据与旅游经营者达成的仲裁协议提请仲裁;向人民法院提起诉讼。

此外,旅游购物环节一定要提高警惕,防范购物风险。(线索提供:赵曼丽)



张永久 摄

4月26日,项城市陈集镇幸福社区的农民正在跟着音乐、和着节拍,翩翩起舞,她们舞出了健康、舞出了社会新风气、舞出了农民的精神风貌、舞出了自己的幸福新生活。为满足农村群众的精神文化需求,项城市组织骨干力量,下乡为农民群众免费开展广场舞培训,以“流动课堂”的方式到各乡镇村教学,丰富了农村文化生活,使农民群众跳出的广场舞更具有艺术性、观赏性和健身性。

中原银行周口分行惠农业务发展势头强劲

本报讯 今年以来,中原银行周口分行惠农业务发展势头强劲、捷报频传。继一季度实现“开门红”后,截至4月12日,该行再创新高,惠农存款余额达2亿元,发卡近8000张。

早谋划,自加压增加紧迫感

该行以“早”字当头,紧紧围绕总行有关惠农业务的指导思想,早安排、早谋划,于2016年年底制订了惠农业务2017年“开门红”活动方案,安排部署农民工返乡、“双节”促销营销活动,及时出台营销方案及考核办法,增加惠农部门员工的紧迫感,在全行打响惠农促销攻坚战。该行领导高度重视惠农业务的开展,行长井山琦亲自安排部署相关工作,分管行长张维侠具体抓工作落实,形成了分行惠农部、支行惠农专管员、惠农服务点经理“三位一体”的营销

网络,做到了层层抓动员、层层抓落实。

盯目标,抓重点项目促营销

今年年初,该行惠农金融部结合周口实际,制定了“一点两线”重要目标,“一点”就是每个县建设一个高标准惠农支付点,严格按照“一点一策”的要求营销,对惠农点进行有针对性的帮扶,指导惠农网点合规经营、防范风险,协助网点经理有步骤地开展营销。目前,该行双百达标网点已达19个。“两线”就是以郑合高铁沿线和三洋铁路沿线的乡村为目标,重点进行拆迁、征地项目营销,有目标、有计划地重点铺设惠农点。目前,从在“两线”沿线新布设的16个惠农支付服务点来看,其中5个达到了双百标准,其他的接近达标。鹿邑支行、太康支行、郸城支行、扶沟支行、太康支行等5个支行成功营销了重

大拆迁项目和工程工资代发项目,为一季度惠农业务取得“开门红”奠定了良好基础。

严考核,建考核机制激活力

在制定“开门红”营销方案的同时,该行通过实施“三盯”机制(分行领导盯支行、惠农金融部人员盯示范点、支行惠农专管员盯惠农服务点)、“五包责任制”(包会做业务、包任务完成、包新产品推动、包排忧解难、包风险控制)以及将惠农业务考核结果与支行主管副行长、惠农专管员绩效工资相挂钩等措施,有效增强了干劲、激发了活力;认真完成惠农金融部门的考评机制,制定严格的奖惩措施,即有针对专管员的奖惩激励办法,也有针对惠农点经理的奖励措施,而且要做到每天通报业绩,每天有红包奖励,每周一排名、周周有奖励,

每月一总结、月月见奖金,严格执行考核标准,充分调动惠农专管员和广大惠农支付点经理的积极性。另外,严格落实责任,实行惠农部人员分县包点,人人有指标、层层有压力,不分节假日,全员无休,全员营销,真正抓住节前节后开展业务的有利时机。

强宣传,增加惠农知名度

从去年年底,该行的惠农业务宣传已经在各县市区展开。通过走村入户的宣传,在集市张贴宣传标语,该行让更多农民认识了中原银行。特别是开展的一系列抽奖营销活动,在农村引起了强烈反响,不仅仅是拓展了业务、赢得了客户,还让更多人对于中原银行有了全新的认识。同时,该行还在农村开展了形式多样的宣传,为开展业务、吸收存款奠定基础。(顾永磊 蒋满满)

15枚鹅蛋和3把蒜薹

□ 郭利军

4月21日,星期五,一个风和日丽的日子。笔者到商水县固墙镇叶庄村看望大表哥。

下了车,刚要往村里走,就看到一位女民警朝村里一户农家走去。出于好奇,笔者也跟着进到该农户家中。一进门,笔者看到,在其家中堂屋的桌子上,整齐地摆放着一个鞋盒和3把蒜薹。

“秋云,教你数学的王老师近段时间给你补课补得怎么样,下次考试可得有进步啊!”一进屋,女民警问道。

“燕子阿姨,我知道了,下次考试我一定努力。”秋云回答。

“秋云,我上次给你买的《心灵成长故事》少年版看完了吗?这是姨的500元工资,你把260元牛奶钱交了,剩下的你和弟弟弟弟看着买点学习用品吧!”

秋云感动得哭了,却一直不肯接过女民警递过来的钱。

随后,笔者了解到,这家主人叫叶培栋,小名叫骆驼,今年55岁,为人厚厚,孩子

都已经成家立业了。他弟弟叶五松患有间歇性精神病,弟媳远走他乡,留下可怜的侄女秋云和侄儿皓强。

“没办法呀,我不能出门打工,弟弟家这种情况,侄儿、侄女总得有人管啊,他们太可怜了。”叶培栋说。

快到中午的时候,女民警起身要走,叶培栋挽留不住。

“知道你今天要来,俩孩子一大早到地里给你抽了3把蒜薹,还有这鞋盒里的15枚鹅蛋是我上回要给你的,都是我们的心意。”叶培栋此话一出,笔者才明白了桌上的一个鞋盒和3把蒜薹的意义。

“大哥,心意我领了,东西真的不能带。今后,你要好好利用你的技术,多养点鹅,争取让家里的日子过得好点儿再养点鹅。另外,下次来时,我给秋云和皓强各带一双鞋。”女民警说着,跟大家挥手告别。

在叶培栋家的门口,贴着这位女民警的名片:侯淼,商水县公安局党委委员、政办主任。

比别人多走一步

□ 杜放光

近日,笔者所在的小区要进行智能电表更换。奇怪的是,施工人员没有直接开工,而是先在小区里发布公告,然后走访询问,之后再综合考量群众需求定下施工时间及注意事项。对比以往单纯追求工期的做法,此次施工无疑劳神费力,然而,就是这样才把可能产生的负面效应降到了最低。群众纷纷表示,因受到尊重而倍感舒心。

好事能不能办好,实事能不能做实,其实并不复杂,关键在于能否多走一步。

多走一步,重在走得“细”。近年来,持续推进的农网升级改造如火如荼地进行,成为农民致富的先行官。然而,在进行这项民生工程时,一些重大手笔轻便民利民小细节的现象时有发生。比如,部分施工人员认为自己辛辛苦苦为民做好事,何时整改、如何整改,何时告知、如何告知……皆可随意而为,忽视了群众的需求和感受,做好事反而引来怨言。细节中最见态度。我们要更多地注重人文关怀,多看一些细节、多考虑周全一些。

多走一步,重在走得“实”。时下,随着“互联网+”的普及应用,经济能够获得方便服务对象和提高效率的双赢,这无疑是值得点赞的。但需要警惕的是,时髦的“花架子”当戒。比如,单位网站之于维护,长期不更新;官方微博还停留在“网络黑板报”这个层面,其特有的“关

注、@好友、即时评论”等传播功能开发不够……如此种种,华而不实,无法发挥其应有的作用。万事实为先。我们在力求创新的同时,更应当以群众利益为重、以群众需求为本,让沟通更加高效、更有温度,让客户“零距离”、“零距离”对话企业,变“群众跑腿”为“信息跑路”,让服务变得更“聪明”、客户更有获得感。

多走一步路,不仅意味着比别人多付出几份汗水,更需要讲求方式、运用智慧。曾听闻不少类似事例:故障抢修之际,一边是电力人员或顶风冒雪,或挥汗如雨,争分夺秒地辛苦抢修;另一边却是群众不了解实情的口出怨言……要避免出现这样的尴尬局面,就要求我们不仅要能办实事,还要善表达。比如,利用微博、微信,与群众充分沟通,第一时间告知故障发生原因,及时发布抢修现场图片,通过全程延迟性公布,整合“断点”、解释“盲点”、冰释“疑点”,完成指尖上的发布,让群众身临其境地参与整个过程,消除不必要的误解。

多走一步路,多说一句话,说起来容易,做起来复杂。我们若想走对路子、走出成效,其前提在于打破惰性和僵化思维模式,其关键在于瞄准民生、贴近需求、跟踪痛点,其成果在于从尖锐声中听出诉求,从大白话里发现问题、找准症结、补齐短板。否则,将永远也走不出“工作年年走,问题不见少”的怪圈。



张坤:努力打造国内帽业龙头企业

□ 记者 王河长 马四新 文/图

人物名片

张坤,1986年出生于,郸城县钱店镇人,2009年大学毕业,2010年筹集资金200多万元开办公司,公司现为全国时装周业的知名企业。

2010年10月,张坤回到家乡郸城,筹集资金200多万元开办公司,专业研发、生产、销售时装帽。2016年,公司实现出口创汇290多万美元,在国内外市场叫响了“莱盛”自有品牌。2016年,张坤投资兴建旭升帽业产业园,努力打造国内时装周业的龙头企业。他先后荣获市第一届全民创业大赛“创业之星”、河南省大学生自主创业大赛“创业标兵”等称号。

面对国内激烈的市场竞争和复杂多变的国际经济形势,张坤是如何突破重围、实现逆势发展的?近日,记者带着疑问走进张坤和他的河南旭升帽业有限公司,探寻他创业成功背后的故事。

商海搏击不畏难

张坤的父亲曾任郸城县国营礼帽厂厂长,从小耳濡目染,使他对于礼帽产生了难以割舍的情怀。

正是基于此,2009年,他在做毕业设计时,把家乡郸城的礼帽行业作为研究课题。通过对礼帽行业“此消彼长”、“沉沉浮浮”现象的研究,加深了他对礼帽行业的认识,也坚定了他从事帽子生产与销售的信心。而他的选择也得到了父亲的大力支持。

大学毕业后,张坤没有子承父业,接手父亲创下的事业,也不急于创业,而是到河北省一家制帽企业打工学艺。在那里,他从普通员工做起,利用九个月的时

间,掌握了毡帽生产的全套工艺技术。

2010年10月,感觉时机已经成熟,张坤便拿着从亲戚朋友处筹集的200多万元资金,到郸城县开办了自己的公司,开始创业。

任何创业的“破茧而出”都会伴随着艰难和困苦,张坤也不例外。

首先,郸城县产业集聚区创业园为其提供了标准化厂房,让张坤省了不少心。接下来,从厂区布局到设备的安装调试,张坤都亲力亲为,通过安全生产、环保验收等检验后,公司进入生产阶段。然而,接下来出现的一系列问题却让他措手不及。实践与理论往往存在较大差距,开发市场客户远非当初写论文时想的那么容易,“资金回笼缓慢”、“产品质量不稳定”等问题,时常困扰着张坤。

2011年3月16日,是张坤人生中最难忘的一天。当天,为赶订单,他去山东菏泽采购原材料。客户照顾到他父亲的面子,让他把货物发走,条件是他本人必须留下,直到货款到账他才能回去。这次经历让他感到很委屈,同时也深刻体会到了什么叫“一分钱难倒英雄汉”。

为了赶订单,张坤连续三天三夜在车间和员工们一起加班。为了修补产品瑕疵,张坤与技术人员彻夜不眠,困了,席地而睡;饿了,啃包方便面……凭着肯吃苦、不服输的性格,张坤度过了“成长的烦恼”和创业初期的“阵痛”,迎来了事业的曙光,公司发展每年跨上一个新台阶。

2013年,公司在郸城县巴集乡成立第一分公司,年产帽胎100万顶,带动就业112人;2014年,公司在郸城县钱店镇成立第二分公司,年产时装周80万



顶,带动就业66人。

国际市场竞流

放眼世界,礼帽已经融入西方人的日常生活,各大商场里卖帽子的柜台是最受顾客青睐的柜台之一。所以,国际市场成为国内外礼帽生产企业竞相争取的市场高地。然而,发达国家和地区的消费者对礼帽的做工、款式十分挑剔。要想在这些市场分得一杯羹,必须得靠过硬的产品。这一点,张坤十分清楚。

想要生产过硬的产品就需要一支技术过硬的团队。为此,张坤不惜重金,从全国各地聘请技术人员和管理人员,不断创新机制、创新技术、创新款式,开展

技术攻关,改进工艺技术,不断推陈出新。

进入产品展示厅,各种样式的毡帽、草帽,令人眼花缭乱、爱不释手。公司行政人员向记者介绍,得益于国内一流的制帽专业人才、管理人才团队以及先进的生产设备,公司已研发并向市场推出120多种中、高端产品,深受消费者欢迎。

在注重产品研发的同时,张坤还非常重视市场开发。一方面,他在郑州成立了销售公司,在上海成立了办事处,在广州和义乌国际大市场设置了三个直营店,这些都成为公司产品销售的窗口和阵

地。另一方面,他大胆“走出去”,参加广交会、上海展销会及美国、日本、韩国等国内外展销会,以此为媒介,推销产品,加强与国内外客户的沟通和交流,让“莱盛”时装周品牌越叫越响。

品牌知名度的提高,为产品进入国外市场推开了大门,产品出口到美国、秘鲁、德国、法国、挪威、日本、韩国等20多个国家,公司出口额也由2013年的20多万美元猛增到2016年的290多万美元。公司也成为“中国纺织品进出口商会”会员单位,拥有自营进出口权。

要做全国最大毡帽制造商

虽然公司的毡帽年产量已位居全国同行业十强,但张坤并不满足于现状。他有了一个更大的想法,要成为毡帽界一种产品最大的制造商,把“莱盛”品牌打造成为国内毡帽行业的第一品牌。

为实现这一目标,张坤多渠道筹集资金,投资兴建了旭升帽业产业园。2016年3月,占地100亩,总投资2.6亿元、建筑面积6万多平方米的旭升帽业园区开工建设。当地党委和政府对项目部的落实给予了大力支持,帮助解决项目立项、征地及建设中遇到的问题,为工程的如期完成创造良好的外部环境。目前,项目一期工程已进入扫尾阶段,建成厂房3.8万平方米,并陆续投入生产。

记者在园区看到,整齐的标准化厂房内,一捆捆从澳洲进口的羊毛,经过精洗、烘干、织胎、压胎、定型、缝制、装饰等三十多道工序,变成一顶顶精美的毡帽,实现了从原料预处理到成品生产整套工艺的无缝链接。

“我们边建设边生产,已安排200多人实现就业。”公司总经理向记者介绍,一期工程稳定投产后,他们将启动二期工程建设。届时,旭升帽业园区生产规模将位居全国前列,成为国内时装周业的“龙头”,可安排上千名群众就业,年产值可达3亿元以上,年创利税3000余万元,出口创汇500多万美元以上。

一分耕耘一分收获。如今,事业如日中天的张坤不敢有半点懈怠,沿着自己规划的从“创业”到“创新”主线,借助人力资源优势、成本优势等区域优势,朝着既定目标,踏实前进,做大做强企业,以更好地回报家乡和社会。

采访札记

其实,张坤的人生路是有捷径的,他完全可以不用那么辛苦,可以直接接手父亲的事业,做父亲事业的“升级版”,但他偏偏选择了走自己的创业路。

创业意味着风险和付出。创业对他来说不是一时冲动,是力量积蓄后的爆发,是魄力和胆识的展现。面对无法预料的困难和曲折,他不仅没有退缩,反而越战越勇。沉得下方能浮得出。7年的摸爬滚打,刚而立之年,已在时装周行业小有名气,张坤无疑是好样的。

市场在变,唯有创新不变。不给别人做“嫁衣”,张坤在创业之初就有品牌意识,创自己的品牌,走品牌化之路,带动产品研发,造就自己的核心竞争力,在市场竞争中博得话语权。

在全市上下大力支持农民工返乡创业的今天,记者也期望通过对张坤创业经历报道,为有创业梦想的人们带来点滴感悟和启迪。