

今日观察

来稿邮箱:zzwbsy2013@163.com 新浪微博:@枣庄晚报-声音

APEC和“双11”相遇不仅有巧合

□程赤兵

刚刚过去的一天注定不平静。在昨日的0点，“双11”网络购物狂欢节正式开始，仅仅过了38分钟，天猫“双11”的网上交易额就突破了100亿元，接近半数交易使用了无线网络。到了早晨7点17分，交易额突破了200亿元，包裹数量已达8000万个。这还仅仅是一家电商的数字。

和各领导人一起来到北京的亚太商界精英们，正在勾画全新的商业模式。普华永道报告称，APEC地区企业的投资计划不再以发展制造业为主体，而是投向扩展消费者市场、拓宽配送范围以及向数字化经济转型等领域。说简单些，消费平台、电子商务和物流业，将成为未来投资者眼中的香饽饽。

这样的变化发端于欧美，却轰轰烈烈地成就于中国。中国的网购，现在已经闻名世界，“双11”的庞大交易数据，将美国网购的“超级星期一”远远地抛在身后。阿里巴巴的老总马云曾经表示，这可不是什么网站之间打折的价格战，而是电子商务模式对传统商务模式的挑战。

网购带来的，不仅是大家欢天喜地地买到便宜的商品，还包括电脑、手机、网络的技术革命，互联网金融支付平台、物流、电商以及许许多多观念的转变，包括生活观念和经营观念。它涉及制造业、金融业、运输业，甚至还会潜移默化地影响到房地产业。

APEC工商领导人峰会所关注的，正是这一点，这些新兴产业会在未来吸引大量投资，成为亚太地区商品贸易的主流方式。

刚刚过去的这一天，是许多企业的不眠之夜。它们的电脑屏幕在不停地刷新，实时变幻着神奇的销售数据，巨大的营业额让人

欢欣鼓舞。但另一方面，传统销售模式的企业却在经历着阵痛。家电、家居卖场和零售商店，都面临着网购的巨大冲击，有的还出现了较大幅度的营业额下滑，这点在“双11”前后表现得尤为明显。

去年商务部就曾经发布零售业发展报告，指出一些商场已经变成网络购物的“试衣间”。这样的现象导致一些行业协会发声，打算抵制“双11”和网购。但看看APEC的主题思想，就会觉得抵制只能被越落越远，打破贸易壁垒、降低门槛，尽快融入新的商业模式，才是最终的解决之道。

在“双11”的前一天，还有一条APEC新闻引人关注，那就是中韩将建立自贸区。立刻有分析称，中韩自贸区的建立，将对网购中的海外代购产生影响，自贸区交易的低关税，有利于人们获取更便宜的海外商品，这会使得冒着逃税风险的代购逐渐被淘汰。

如果亚太国家和地区有越来越多的自贸区，对电商、传统商家和消费者来说，都是莫大的福音。建立在国家实力之上的贸易会越来越活跃，依靠数量和额度，个人和国家都能得到巨大的收益。

APEC与“双11”相遇，也许只是一个巧合，但它是一个美好的巧合、一个彼此呼应的巧合。

APEC经济体的领导人在谋求合作，为新的经济发展创造条件；商业人士则在寻找新模式和增长点。在这个时候，中国的电商和消费者告诉大家，看看“双11”吧，它在告诉你什么是未来：销售额庞大，但还只占零售业额度的一成，未来的市场空间巨大，许多相关行业都需要大步前进。

大家都该有信心，去编织一个环亚太、环球的销售网络。一步步走下去，曾经不敢想的变化就会到来。

百姓说话

跳桥者谈不上“绑架”公共利益

□念蓝

迄今为止，广州主城区内跨越珠江南北岸的大桥少有未被跳桥者光顾的。从海珠桥到猎德桥，再到最近，杨姓外地青年爬上海印桥，拒绝各种劝说，在桥梁上呆了近80个小时。群情激愤之下，对跳桥者颇多刻薄与严厉批判，像是要把他吃了一样。

应该说，广州在处理跳桥者方面很有经验了。地面上有消防、派出所和特警协作配合，江上有水警戒备守候，有谈判专家，也有医护人员值守。从以往的经验看，跳桥者在跳下或被劝下后，都会被拘留处理。正因为具有充分的经验，跳桥者对秩序的干扰也被降至最低。

也要看到，连续多年频发的跳桥风波，已经引发了部分广州人的反感。他们失去了倾听的耐心，其中一个最常见的焦虑是认为跳桥者阻塞了交通，最常用的一个问罪推断是：跳桥者绑架了公共利益，所以怎么重手处置

都不为过。这是一个值得辨析的问题。

具体到海印桥这次，从报道的内容看，这名青年很可能只是精神受了刺激，做出了爬桥的举动，是生病而不是维权。若以“绑架公共利益”作为谴责的理据，需要正确理解何为“公共利益”。要点在于，公共利益并非私人利益的叠加，少数人将交通受阻的主观体验上升为“公共利益”受损，除了剥夺同情跳桥者的市民表达，在定义上也是说不通的，显得简单粗暴。

一再上演的跳桥风波，不该被轻佻地理解为“秀”，即使没有物伤其类的同理心，也不必无情地矫饰为“敌我矛盾”。大城市里每天都会发生类似的“阻塞”情况，不在桥上就在路上或小区里。我们应该督促更专业的行政应对，而不是忙着贴标签，甚至叫嚣着要“毙了他”。

这里也要赞扬广州在降低跳桥影响上所做的努力，这方面思路势必可以应用到其他须真正捍卫的“公共利益”上去。这一次也许是精神无法自控的可怜人，对那些存心要跳桥维权的，我们也要坦率地讲：频繁使用这个策略，效果已经越来越差，会适得其反。

画里有话



王成喜/图

名校“进门证”

□邓海建

国家统计局数据显示，各地房价出现环比下降态势，而一些地方的学区房却成为“房坚强”，逆势上涨，甚至供不应求，从炒房变成炒“期权”。记者在在北京、广州等地采访发现，有人花135万买个4.4平方米的房子，根本不能住，只为给上学买个进门证。（11月10日《北京青年报》）

从当年的“递条子”、“送票子”，转身为今日的“拼房子”，尽管权力寻租的黑幕在规范行政的大势中被打破，但使尽浑身解数挤占优质教育资源的格局经年未变。在少数城市，优质学校的“搬家”，甚至与

周边地产利益链有着或明或暗的关联。要真正解决“天价学区房”的顽疾，最根本的还是打破传统教育政绩观，扭转“牛校牛班”情结，以公平正义为价值皈依，真正将基础教育定位为“每个学生梦想成真的机会”。于此而言，4平米天价学区房，是鞭策，亦是警醒。

手机消费正当权益
受到侵害，请拨打：

指尖热线
3120557
zzrbtxb@163.com
枣庄日报社通信部

网言个论

莫让“官微”沦为私人恩怨争斗场

□兵临

甘肃张掖政法委官微的一条微博，被网友截图后在社交媒体广泛转载。微博曝光王姓副科长“带异性回家过夜”，而其正是张掖政法委官微的日常维护者，这被网友称为“自我举报”。

在当前的社会背景下，举报官员存在作风问题，如同“打蛇打七寸”，正中问题官员的要害。只是现在举报者“潜水”，被举报者信誓旦旦表示自己纯属无辜，缺少当面对质和直接证据，有关部门的调查究竟会是什么结果，围观的人或许未必能够尽兴。

真相无非两种：举报属实，对被举报者处分问责；举报失实，被举报者可采取法律手段维护自己的名誉权利。只是作为一起公共事件，在人们如同观看闹剧一样围观时，其能够提供给我们的看点，则主要是“官微”的沦落。人们更好奇的是，谁能够擅自

通过“官微”发声？相关负责人表示，可能是账号被盗。那么“官微”的账号怎么如此容易被盗？究竟是网络运营商那里出了问题，还是本部门自己运行维护中存在失误？

据报道，张掖政法委官微自去年4月21日开通来，发布微博649条，拥有粉丝67615人。在人民网舆情监测室发布的《2013年新浪政法微博报告》中，入选全国十大政法委微博，排名全国第四。按道理，这是政法微博中的佼佼者，出现这样的“事故”令人费解。张掖政法委最新通报，已暂停被举报者的政法委官微管理职务，并称举报内容完全失实。于是乎，这起“事故”完全可算是一种个人恩怨，堂堂政法委的官方微博竟然沦为了个人恩怨的争斗场。

负责“官微”维护的人，竟在自己地盘上被人摆了一道，这或许令当事人难堪，不过更令人难堪的是“官微”所代表的部门。打铁还需自身硬，如果连运营管理微博的能力都没有，还怎么去利用微博进行良好的官民沟通呢？

2013年，“大妈”作为一个新词被录入了牛津词典。在狂扫黄金、上车要求让座、跳广场舞等消息之后，“中国大妈”俨然已是个负面词汇，最引起非议的莫过于广场舞和暴走族，而暴走族成员多是广场舞大妈转型来的。噪音扰民、占用机动车道和车主发生矛盾、不听劝阻，各地频频曝出因广场舞和暴走引发的社区冲突。广场舞和暴走族孰是孰非，引来一场对公共空间和私人空间领地之争的讨论热潮。

各位读者，“大妈跳广场舞和暴走”你怎么看，请发表你的观点。投稿邮箱：zzwbsy2013@163.com。

新华保险2014年客户服务节圆满落幕

726万客户倾情参与；26万名小朋友精心创作；3600余场主题多样的现场活动缤纷各地；帮助5.5万余名客户恢复医疗保险，复效金额2.96亿元……近日，以“中国梦·新华行”为主题的新华保险2014年客户服务节落下帷幕。客户服务节历时3个月，围绕“温暖关爱、尊享体验、诚信公益”三大主线，诠释着新华保险建立“相识、相知、相信、相依”全新客户关系的决心。

传承经典活动关爱客户生活

5年时间，“新华保险杯”全国少儿书画大赛已成为业内最具知名度的少儿书画赛事，参与人数多、覆盖区域广。本届大赛以“美丽中国”为主题，共开展现场活动1400余场，吸引了数万名小选手热情参与，累计收集作品26.1万件，为广大少年儿童搭建了展现自我风采的舞台，赢得了社会各界的广泛关注。

今年客服节期间，新华保险力邀百位来自国内医疗、文化、教育等领域的知名专家，在全国39家机构开展了760场名家讲座，吸引了全国近16万名客户热情参与。活动不仅为客户传递了健康的生活理念，讲解了疾病的预防控制，还为客户带来太极养生、亲子教育、国学文化、日常急救、避灾自救等方面交流互动。现场讲授、现场活动和互动问答等形式相结合，以专业、生动、易懂的方式，为客户解决健康、养生、教育等方面的疑惑，客户参与积极，反响热烈！

通过“与我同行，一路温情”轻松复效活动，主动寻访因为各种原因造成保单失效的客户，帮助5.5万余名客户恢复保单保障，复效总保费2.96亿元，有效维护了客户权益。

参与公益关怀爱心传递梦想

爱是能量，传则永恒。新华保险走进贫困山区为留守儿童送去书包、文具、图书、体育用品等，为孩子们送去希

望；发动公司员工，联合高端客户，为贫困大学生提供帮扶，为他们点亮希望的明灯；关注智障儿童，为他们送去欢乐。“圆梦100”让爱在祖国大地飞扬！向全社会传递了新华人的正能量！

客服节开幕以来，全国各级分支机构掀起爱心客户海选热潮。经过精心挑选和层层选拔，共推荐出100位爱心客户参与全国评选，最终来自安徽、湖南、吉林、内蒙古、山西、陕西、上海、四川、烟台、浙江的10名客户脱颖而出，成为新华保险“十佳爱心形象大使”。

在“以客户为中心”的战略指引下，新华保险始终把客户放在第一位，将全部身心倾注在客户身上，不断提升服务水平，与客户建立起相识、相知、相信、相依的全新关系，为客户打造极致服务体验，使每一天都成为新华保险的客服节。

(新保宣)