

“大气污染综合治理百日攻坚战”已打响,您听到号角声了吗?虽然全市上下在治理环境上加大了力度,但破坏环境的“黑手”仍未停歇。为了全市400万人民能够生活在一个天蓝山青水绿的环境中,生活在枣庄的每一位市民,都应为此尽自己的一份责任。为此,本版特开设“说环境谈创卫”专栏,欢迎读者拿起手中的笔下您在“百日攻坚战”中的感受,或建言或褒扬或批评,为“战斗”添力,为环保加油。期待您的来稿。投稿邮箱:zwwbsy2013@163.com。——编者

今日观察

来稿邮箱:zwwbsy2013@163.com

新浪微博:@枣庄晚报-声音

“取消漫游费”是技术进步的胜利

□王传涛

据经济之声《天下财经》报道,中国移动宣布,预计到今年年底,停止销售所有长途漫游套餐,逐步推进全国一体化资费。这也意味着,届时,市面上将不会再有包含长途漫游费的移动号码套餐。根据中国移动工作人员的介绍,目前已经开始取消一些套餐的长途漫游费。(8月14日央广网)

三大通信运营商,有两家公开承诺年底全面取消漫游费——这让广大国人有了泪流满面的感动。我国移动通信业务开展以来,长途漫游费可谓是移动通信行业中的“钉子户”。无论是业内人士,还是“两会”上的提案、议案,抑或是媒体舆论和民意呼声,

每年都有关于取消漫游费的激烈讨论与强烈呼吁,然而,长途漫游费一直就这样刚毅地停留在我们的生活中。

横向来看,欧美国家不收取漫游费,绝大多数国家的运营商彻底实现了“单向收费”的模式。纵向来看,无论是国家相关部门,还是三大运营商的有关负责人,也都曾表示或承诺过“进入3G时代将取消漫游费”或“进入4G时代将取消漫游费”,但回顾新闻,就会发现这样一个事实——漂亮话说得太多,承诺兑现得很少。

就当下而言,在许多用户身上,早已不存在长途漫游费的概念。因为在3G或4G模式中,最为流行的是套餐化的消费模式,以“流量+不限地区的通话”为主要组合。因此,只要没有超出套餐,就不存在长途漫游消费。但是,这并不等于长途漫游费在我国就彻底取消了,更多的2G用户以及没有套

餐、超出套餐的用户,仍然苦恼于漫游费的高昂。

漫游通话,在规模效益之下,成本几乎为零。于是,在地方政府区域规划之后,我们很容易看到一些相邻地区宣布取消漫游费。比如,京津冀一体化推进过程中,就取消了三地的长途漫游费;再比如,长株潭地区、济南莱芜地区,也都在地方政府强力推动下早早取消了长途漫游费。这说明,只要相关方面想取消,长途漫游费取消本身并不存在多大的技术问题,也不存在经济方面的阻力。

现在,是什么原因让移动通信运营商终于“大度”地宣布取消长途漫游费呢?笔者认为,最为主要的原因并非是政策原因,也并不是市场原因,而是在技术进步的冲击下,通信运营商的业务结构发生了较大的变化,漫游费带来的收益比例越来越小,取消

长途漫游费至少不会在较大程度上影响收入与利润。

正如微信把通信营业商的短信业务几乎完全冲击掉,当下网络技术的快速发展,也几乎让视频通话、语音聊天在很大程度上顶替了漫游通话的市场份额。只要有WIFI或网络,跨地区、跨省份通话的成本,几乎可以忽略不计。我国三大通信运营商,必须要正视这种市场变化,不能既享受着流量增加带来的巨大营业额收入,又抱着古老的长途漫游费不放。

长途漫游费取消,不是市场的胜利,也并不等于通信运营商是为了降低国人的通话成本而做出的改变。取消长途漫游费,根本的原因来自于技术的进步,而非市场竞争的因素,更不是行政垄断经营模式的动摇。这未免是兴奋之余的遗憾。

百姓说话

使用环保袋 拒绝“白色污染”

□孙维国

“在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于0.025毫米的超薄塑料购物袋,并规定消费者要为在使用的塑料袋付费。”至今年6月,我国推行“限塑令”已经8年了。然而近日,记者走访我市各大市场、超市发现,如今,塑料袋依旧“正常”使用着,环保手袋并未走进市民生活。(8月9日《枣庄晚报》)

塑料袋轻便,自问世后,人们就“爱不释手”,但因为它不可降解,给环境带来难以估量的损害。

“限塑令”说白了就是要限制塑料袋使用。但具体现象却是,垃圾箱里面的塑料袋并没有比以前少。一些人虽说知道“限塑令”,但具体情况却不清楚。国家

远离“电子保姆”从家长开始

□李云

家住市中区桃园小区的李女士最近很发愁,暑假开始后儿子每天醒来第一件事就是要iPad,然后坐在床上玩游戏。只要给他iPad,他就能乖乖地穿衣、吃饭,家长似乎省了不少心。儿子不吵不闹只喜欢他的“电子玩伴”,眼睛一直盯着发光的屏幕,李女士发现,儿子用手揉着眼睛,眼睛流出了眼泪都不肯歇一会。(8月10日《枣庄晚报》)

一到暑假,孩子们大都在家玩游戏、看动画,电子产品成了“暑假保姆”。暑假过半的时候,笔者家和亲戚家的三个男孩都深受电子产品祸害:才上五年级的小外甥戴上了近视眼镜;侄子以前一贯爱回老家,现在却闭门不出;儿子自制力差,动不动就想“染指”电子产品。

如今,小孩子玩电子产品已经非常普遍,家长本意是希望通过一些针对儿童启蒙教育的软件和视频来开发孩子的智力,但孩子们却被五花八门的电子游戏所吸引,成

实施“限塑令”是为了限制和减少塑料袋的使用,遏制“白色污染”,但8年过去,效果却并不明显。

究其原因,问题到底出在哪里?如何才能使“限塑令”落到实处?主要是居民用塑料袋习惯了,要想减少塑料袋的使用,最好的办法就是不生产塑料袋。

虽然我们实施了“限塑令”,但并没有“禁塑令”。超市里的塑料袋要收费不错,可几毛钱实在微不足道,根本难以抑制人们用塑料袋的习惯。加之小型商店、农贸市场、餐饮单位许多仍然是免费提供塑料袋,导致“限塑令”形同虚设。

由此我想,为何不彻底禁用塑料袋呢?若想从根本上遏制“白色污染”,最有效办法是彻底禁用塑料袋,改用可降解的环保袋。只有断绝了市场供应,才能釜底抽薪。做到此点并非不可能,关键是政府决心问题。这个决心就是政府要舍得在解决“白色污染”上加大投入,鼓励人们用环保袋。

了电子游戏迷。电子产品成“暑假保姆”,对家长来说无异于洪水猛兽。不少市民朋友对此也深表忧虑。电子产品势不可挡,该疏通还是该堵塞,家长也拿不定主意。

作为父母,在抱怨孩子对电子产品的依赖的同时,也应自我反省。不少家长下班后就玩手机,凭什么要求孩子远离电子产品?上行下效的道理都懂,家长们为什么对自己和孩子是两个完全不同的标准?

孩子从父母那里得不到应有的关爱,于是从电子产品中寻求安全感。家长是孩子的第一任老师,父母有义务与儿童进行良性互动,带给他们足够的安全感。当然了,这并非说要完全杜绝孩子看电视或者玩游戏,而是要给他们规定时间,并且不折不扣地严格执行。尊重孩子的小爱好,而又不是无节制地纵容,同时,帮助孩子养成适度节制的习惯,让他们了解,电子产品虽是好东西,但用起来应该有节制,不能成为电子产品的奴隶。

电子产品成“暑假保姆”固然堪忧,但只要家长及时矫正就不是大问题。家长通过身体力行和及时引导,就能帮助孩子把电脑当成学习和短暂娱乐的工具。

“以客户为中心”服务理念的重要举措。今年的客服节是新华保险发展史上投入最多、回馈力度最大的一届,将开展包括“关爱青少年眼疾公益讲座+义诊”、“全国少儿书画大赛”、“十年老客户免费体检”、“优秀教师肺癌筛查”等一系列重磅活动,传递新华正能量,共庆华诞献爱心。

网络启动:足不出户参与更便捷、亲身加入,体验感更强

值得一提的是,本届客服节创新采用网络启动,通过微信趣味奥运小游戏闯关的形式,获得8月6日客服节正式启动抽奖资格,共同开启新华保险客服节大幕,让更多客户在炎炎夏日足不出户也可畅享丰富活动。

关注“新华保险山东分公司”官方微信,了解客服节更多内容。(陈晨)

画里有话



“谈心”索贿

□新京

浙江省某监狱分监区政治指导员赵某,以帮助罪犯调整岗位、假释等为由,从中收取好处,甚至以“谈心”为

名,主动暗示罪犯行贿,受贿24万。日前,赵某因犯受贿罪被判处有期徒刑三年,并处罚金20万元。(新华网8月14日)

“谈心”还是“谈钱”?

网言个论

贫困生资助是精准扶贫问题

□燕农

据报道,为给家庭经济困难学生答疑解惑、帮助他们顺利入学,教育部将于8月15日至9月15日开通高校学生资助热线电话。此外,教育部明确要求各地、各中央高校全部开通热线电话,如果学生有问题,可先打给就读学校;问题得不到有效解决,再打相关省市直至教育部热线电话。

随着高等教育成本分担制的改革推进,在高等教育体系内,针对家庭经济困难学生逐步建立起了国家奖助学金、新生入学资助、学费减免、“绿色通道”等多种方式并举的混合资助政策体系。虽然资助体系越来越完善,然而现实矛盾并没有根本解决。这一点,从每年暑期大学新生开学前,贫困家庭子弟通过各种渠道寻求

帮助可窥一斑。显然,资助的供给侧与需求侧出现了错位式矛盾。

从技术层面看,各地有必要搭建起一个综合的信息平台。这个平台之上,既有供给侧的政策解读,地方政府、高校和社会的资助对象和资助力度,也有需求侧的信息接应,以及已经建档立卡的家庭经济困难学生档案。比如到底家庭人均收入多少才是被资助的对象、人均收入多少不受资助而须办理助学贷款,往往并没有明确标准,最终只能是学生向各部门包括学校去申请,甚至有高校搞出了通过“贫困演讲”评定资助标准的恶作剧。如此,减弱了资助体系的兜底作用。

大学贫困生资助是教育问题,也是精准扶贫问题。这需要有关方面讲透政策,细化措施,尤其是让资助的需求侧与供给侧顺畅对接。这是大学资助体系新的时代命题。

新华保险山东分公司:开启客户服务盛宴

值新华保险成立20周年暨上市5周年之际,山东新华保险隆重开启“新华人寿二十年,关爱人生每一天”为主题的第16届客户服务节,本届客服节围绕“健康、欢聚、服务”三大嘉年华开展六大项重磅活动,回馈新老客户。

司庆+客服节:投入最多、回馈力度最大
20年来,新华保险始终关注客户体验,致力于为客户带来更便捷、更温馨、更具特色的服务。一年一度的客户服务节就是公司践行

