

敬畏历史是所有企业的必修课

张博

因为触碰了不该触碰的红线,美团这两天被推向了舆论的风口浪尖。

据澎湃新闻等多家媒体报道,1月2日有网友发现美团旗下“美团门票”APP中,侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆页面的“特色”一栏,竟然被标注为“放松身心、休闲娱乐的好去处”。这个荒唐的标注在网上引来一片口诛笔伐,侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆官微也评论道:“我馆是国家公祭仪式所在地,承担着铭记历史、珍爱和平的责任。放松身心、休闲娱乐可它处去”。随后,美团就此事进行了道歉,并把标注的相关内容更正为“铭记历史,国家公祭仪式所在地”。

知错能改,及时道歉,美团的公关处

理应该说还算恰当,但无论如何此事已经影响了公司的形象。从某种意义上讲,这次舆论危机也是一个郑重的警示:不论是谁,不论是多么大的企业,在面对历史的时候,都必须心怀敬畏,不能有丝毫含糊。

“历史是过去传到将来的回声,是将来反映过去的倒影。”如何看待历史、对待历史,不是一个小问题。侵华日军1937年野蛮侵入南京,制造了惨绝人寰的南京大屠杀惨案,30万同胞惨遭杀戮,这是人类历史上十分黑暗的一页。时至今日,历史的伤痕还在,历史的警示还在,历史的教训还在。设立遇难同胞纪念馆的目的和意义是什么,我们每一个中国人心里都应该明白。把这样庄重、严肃的场所标注成“休闲娱乐的好去处”,不仅仅是相关工作不

细致的问题,更是这个公司在敬畏历史方面不走心的表现。实际上,在网友的爆料中大家可以看到,在“美团门票”APP中,其他一些抗战纪念馆、纪念地也赫然出现了诸如“室内玩乐”等刺眼的标签。这显然不是轻飘飘的一句“内容运营存在问题”就能掩盖的。

企业是社会财富的创造者,同时也应当是公序良俗的共同缔造者,更应该是主流价值观的维护者、弘扬者。除了利润报表,是否在运营中对社会负责,是否在发展中弘扬了积极向上的正能量,都是衡量一家企业高下的标尺。无数事实告诉我们,履行社会责任不是强加给企业的义务,而是企业发展的内在需要,是企业安身立命的基础。一个在价值观上出现偏差的平台,长不大;一家在大是

大非上含糊的企业,走不远。美团如今已经是市值2000多亿美元的大企业,但此次的舆论危机再次证明:谁在敬畏历史方面不走心、不体面,大家一定会带着你走心,社会一定会教给你怎样体面。

美团敢于承认错误,敢于正视问题,这是一个好的开端。期待美团乃至所有企业,都能以此事为镜鉴,在以后的运营中牢记“爱国”二字,自觉践行社会主义核心价值观,真正做到义利面前不含糊、敬畏历史有底线,时刻承担起自己肩上的社会责任。

微评

对精准诈骗的“盲发快递”要精准打击

许君强

近日,有不少群众爆料称——本来没有网购,却莫名收到一个邮费到付的包裹。打开一看,不过是几块钱的地摊货,实际价格远低于到付的邮费。其实,这是一种所谓的“盲发快递”诈骗:不法分子通过一定的渠道获取用户信息后,以用户的名义下单且选择货到付款,而所发货物通常是数据线、沐浴露、指甲剪等低价商品,有的甚至是假冒伪劣产品,利用到付邮费和实际货品的价格差获利。(据《北京青年报》1月4日报道)

收到未知快递,大多数人都都会保持警惕。“盲发快递”的“高明”之处在于,收件人姓名、地址、电话号码等信息,与实际收件人的信息完全相符,使人们误认为是朋友或家人代为购买,不假思索地埋了单。也就是“盲发快递”并非“盲发”,而是让人防不胜防的精准诈骗。

不法分子精准诈骗的背后,往往存在着个人信息买卖的黑产业链。让“盲发快递”不再得逞,关键要从法律规范、行业标准、技术手段等方面做好个人信息保护工作,建立完善的个人信息保护机制,严厉打击不法分子泄露、交易个人信息的行为。同时,快递企业也应增强查验责任意识,全面落实快递实名制,杜绝寄件人填报虚假地址、身份信息、电话号码等行为,使“盲发快递”无空可钻。

纵横谈

中国新闻名专栏
zonghengtan@126.com

集思录

防控疫情,要堵住个人防护漏洞

贾梦宇

近日,记者从北京地铁公司了解到,为严格落实防疫措施,北京地铁坚决制止不佩戴口罩、纠正不规范佩戴口罩的行为,对于不听劝阻者可拨打110报警处置。据统计,去年12月28日至31日,北京地铁公司共制止不佩戴口罩行为926起,不规范佩戴口罩行为5642起。(据《北京晚报》1月3日报道)

当前,境外疫情仍在肆虐蔓延,我国本土疫情零星散发和局部聚集性疫情交织叠加态势,加之冬季也是呼吸道传染病的高发季,并随着春节临近,人员流动性加大、聚集性活动增多,都将进一步增加疫情传播的风险。这种背景下,北京坚决制止不佩戴口罩、纠正不规范佩戴口罩行为,出台对不戴口罩且不听劝阻者可直接报警这样的“硬举措”,十分必要。

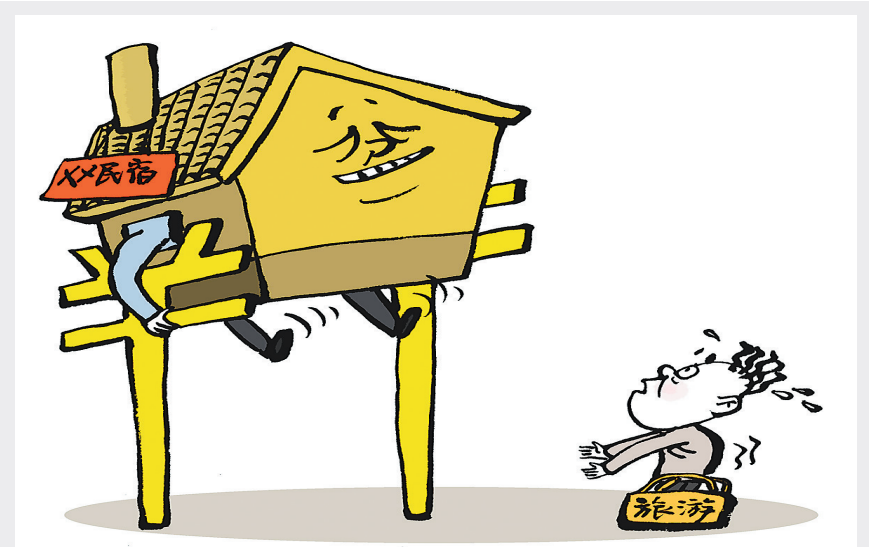
刚刚过去的2020年,是极不平凡的一年,由于新冠肺炎疫情的影响,人们戴着口罩度过了春夏秋冬。抗击新冠肺炎疫情的全民行动,也让人们深切认识到了生活卫生、健康管理的重要性。在

疫情防控常态化背景下,戴口罩、勤洗手、不聚集,这样的防疫要点人尽皆知,但随着时间的推移,一些人的防护意识却有所松懈。比如,出入公共场所不戴口罩的人逐渐增多;在地铁、影院等封闭空间将口罩摘下或不按标准佩戴,个别人甚至拒绝佩戴口罩。再比如,进入密闭的公共场所,在主动扫码这一防控环节上,有些人仍抱有侥幸心理,对于信息登记,能“躲”过一次便是一次,测体温也是“虚晃一枪”,在许多地方,烟头、垃圾、斑斑痕迹又重现地面。

新冠肺炎疫情是对人类的一次考验,更是对每一个人健康的一次提醒。“针尖大的窟窿能漏过斗大的风”,进入冬季,疫情防控到了关键时期,宁可处处“较真儿”,绝不可马虎“打盹儿”。

每一个人都是自己健康的第一责任人。做好防护是最经济、最有效的抗疫策略,最简单的是坚持,最困难的也是坚持。只有人人都坚持“防疫三件套”——佩戴口罩、保持社交距离、注意个人卫生,坚持从严从紧,才能守护好来之不易的防控成果,不给病毒可乘之机。

每一个人都是自己健康的第一责任人。做好防护是最经济、最有效的抗疫策略,最简单的是坚持,最困难的也是坚持。只有人人都坚持“防疫三件套”——佩戴口罩、保持社交距离、注意个人卫生,坚持从严从紧,才能守护好来之不易的防控成果,不给病毒可乘之机。



画里有话

图/王铎 文/张玉胜

给“高不可攀”的民宿价格降降虚火

这些年来,民宿已经成为很多人出游住宿的“心头好”。然而,部分民宿价格却直接让人仰望。据了解,元旦期间,全国多地民宿价格普遍有所上涨。部分民宿价格甚至超过3万元一晚,而它们平时的价格只需要几百元至千元。(据《工人日报》1月3日报道)

民宿火爆不能只是价格“高不可攀”。民宿行业挖掘自身特色,提升服务品质,建立行业标准和评价体系,才能健康发展。

何勇

前不久,河南邓州一女子欲轻生投河,杨某奇为了博眼球,现场拍摄视频在网上发布。近日,邓州市公安局发布消息称,针对杨某奇的违法行为,对其处以行政拘留9日的治安处罚。(据《江南晚报》1月2日报道)

人世间最宝贵的是生命。面对他人想不开而意欲自杀时,一个负责任的人,要积极配合有关部门进行劝解、施救,要维护好现场秩序、约束好自身行为,不给救援添堵添乱。而杨某奇却抱着“看热闹不嫌事大”的冷漠心态,大肆起哄、鼓噪、怂恿当事人投河。其过火的言语,极易刺激当事人的冲动

行为,给救援造成干扰,扰乱社会公共秩序,是一种违法行为。

对于冷血的起哄者,不但要进行道德的谴责,也要进行法律的追究。在公共场所无事生非、起哄闹事,造成公共场所秩序严重混乱的,属于寻衅滋事的违法行为,违反了《中华人民共和国治安管理处罚法》第二十六条的相关规定,应受到相应处罚。

邓州市公安局对杨某奇的治安处罚,具有极强的警示意义——在他人生命攸关的紧急时刻,不要煽风点火、火上浇油,做一些加剧事态恶化的举动,否则,必将受到法律的严惩。在此鲜明的信号面前,冷漠的看客,切勿以身试法。

河北市场监管

发挥部门职能作用 帮助企业纾困解难 助推媒体深度融合

广告助企:一次提升品牌共促发展的生动实践

作为我国现代服务业和文化产业的重要组成部分,广告业在推进经济转型升级、引导扩大消费、促进经济增长、繁荣社会主义文化中发挥着重要作用。

2020年,突如其来的新冠肺炎疫情,成为新中国成立以来传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的重大突发公共卫生事件。面对疫情,河北广告行业利用自身资源精准传播科学防疫知识,积极传播社会正能量,全力发挥广告业服务效能助力疫情防控,作出了应有贡献。

媒体是连接广告与消费者的桥梁。广告与媒体相辅相成,相互影响。2020年5月以来,为把党中央、国务院做好“六稳”工作,落实“六保”任务的要求落到实处,省市场监管局发挥部门职能作用,在省内外主流媒体支持,组织开展了以“提升品牌、共促发展”为主题的广告助企专项活动。

专项活动组织引导广告行业加强对新业态、新技术、新模式的研究,针对企业需求提供针对性服务措施,创新“广告+销售”融合发展,通过提升品牌价值等措施促进产品销售,帮助企业解决发展中的实际难题,得到企业广泛认可。

开展各类广告宣传62523次,组织新营销模式培训150余场次,培训8000多人次,对接销售渠道5731个,增加直接销售额1.8亿元。

通过广告助企专项活动,在一定程度上帮助相关生产制造型企业提高了品牌知名度和市场占有率,创新了营销手段,建立了线上线下一体化营销新模式,打通了产品销售最后一公里,提高了核心竞争力。

采取五项有效措施,确保企业的每一个难题都有解决方案,每一个需求都有承接单位

在广告助企专项活动中,各参与单位采取了五项有效措施,确保了活动取得实效。

一是免费提供服务。由各参与单位提供优质广告资源2000万元,免费为企业服务。二是整合优质资源。为促进企业适应新的消费观念,新的销售模式带来的市场销售新变化,把传统主流媒体和新媒体的资源进行整合,为不同的企业提供个性化销售方案。三是精准靶向发力。着力发挥广告在品牌塑造、畅通渠道、扩展市场方面的要素作用,着力解决疫情后企业面临的生存压力、生产压力、销售压力、发展压力等方面的问题,精准发力。四是现场问诊把脉。由各市筛选有服务需求的企业,先行汇总梳理问题,再组织专业团队赴企业一对一问诊把脉,通过现场交流分析,查找问题原因,制定解决方案。五是快速有效落实。对有宣传需求的企业,做到了边调研,边制作,能当场宣传问题的,迅速安排播出;需要专题制作的,当场整合团队制定方案;需要对接渠道的,马上安排对接;需要后期培训的,明确责任单位,确保每一个难题都有解决方案,每一个需求都有承接单位,企业的所有诉求,件件有回音,件件有措施。

围绕中心服务大局,专项活动帮助企业实现“五个提升”

广告助企专项活动是省市场监管局围绕中心服务大局开展的一项创新性工作举措,通过对各帮扶企业开展的效果评估,结合各广告媒介资源方的助企工作总结数据分析,此项活动帮助企业实现了“五个提升”。

有助于企业转型升级,提升企业生存能力。本次“广告助企”的受助企业,是省市场监管局会同市、县市场监管局精心遴选确定的,尤其以生产型、实业型企业为主。许多企业长期以来仅靠自然存在的市场供需关系生存;大量企业产品结构单一、销售模式单一;不少企业一直以来仅从事B端业务,从未涉足C端市场。同时,有些企业虽已意识到转型的重要性,但缺思路、缺指引、缺方向、缺人才,也造成了不敢转、不会转、转型步子小等问题。河北一然生物科技有限公司是亚洲最大的益生菌生产企业,但长期以B端市场为主,通过走访帮扶,“广告助企”工作组从理论支持、营销策略、媒体传播等方面对一然生物的品牌建设、产品开发、销售策略等方面提出了建议。针对沧州传统机械加工企业较多,质量较好但知名度不高的问题,助企媒体和单位制定了网络流量精准定向、挖掘潜在客户等有效措施。许多企业负责人明确表示:通过市场监管局一系列帮扶,整合了营销思路,加快了转型步伐,提升了生存能力。

有助于企业形象打造,提升企业品牌价值。从传统媒体到新兴媒介,从广播电视到门户网站,从平面媒介到行业媒体,从整合营销团队到包装策划团队,从大型传媒公司到头部第三方平台,各媒介资源方都拿出了最优质的资源为企业真助力、助真力。通过公益广告、商业广告、专题报道、专访、

专版、专栏、形象宣传片、网络推广、户外推广等各种渠道,真正帮助企业树立形象、打品牌,在社会上引发了高度关注,企业品牌形象曝光率、公众触达率、消费者美誉度大幅提升。河北广播电视台新闻综合广播王牌栏目《新冀商传奇》,为企业量身策划,已有河北顺天家具有限公司、张家口沃得旅游文化投资有限公司等20多家企业的当家人走进直播间,讲述创业故事、企业文化,推荐企业产品。通过广播电视台访谈、新闻媒体报道、百度信息流推广、抖音认证、线下扶持等形式,塑造了品牌,提升了企业知名度。企业专门写来感谢信:“广告助企‘金点子’送到了家门口,真是为我们企业解决了大问题”。

有助于企业转变思维,提升企业营销能力。许多工业企业长期以来存在“只会生产不会卖”的通俗。在走访调研中发现,不少企业甚至“从未做过宣传”,也不知道该怎样把自己的产品和服务更好地推向市场。在受疫情影响情况下,其弊病更加凸显。通过专项活动,广告媒介资源方组成的强大智囊团帮助企业找症结、出点子、想办法,帮助企业转思维、扩眼界、强能力,与企业负责人一起研究探讨产品定位、营销策略、市场走向、宣传路径,帮企业分析数据,培训人员,授之以渔的同时授之以渔,全方位提升企业营销能力。相关企业营销团队负责人深有体会地表示:专项活动帮企业转变了思维,适应了新的消费观念,学习了新的营销模式,解决了长期困扰企业的难题,及时精准、雪中送炭。

有助于企业摆脱困境,提升企业销售业绩。活动中,各参与单位针对企业提出的传统销售渠道损失严重、新的销售模式开拓乏力、营业额难以提升等问题,开出了有针对性的“药方”:帮助企业对接大型电商平台,帮助企业建立新营销团队,开辟新业态营销渠道,助力企业的产品定位向网络新零售转型,安排企业产品登录自

有电商平台,直接以媒体自办节目帮助企业进行线上销售等等。作为受疫情影响销量暴跌的企业,衡水市武邑县顺天家具在一筹莫展之际,“广告助企”活动组织专家对其进行营销能力的培训,进一步增强了企业在新媒介环境下的营销能力,企业销售额同比提高15%。河北古船食品公司董事长韩培林颇为感慨:助企工作组针对我公司线上及互联网销售能力薄弱等问题,通过销售培训,广泛宣传,线上营销等方式拓展新市场,销售渠道增加10余条,实现产值9849万元。

有助于企业对接市场,提升企业发展信心。众多企业在疫情造成的经营困境面前发展信心受挫。“广告助企”活动为企业带来了党委政府的关怀和鼓励,带来了市场部门强有力的支持,带来了众多媒介资源方的智慧和力量。专项活动在推进过程中,特别注重“一企一策”,针对不同行业、不同企业,在深入企业进行实地走访、调研、座谈后,为每家企业“量体裁衣”,制定有针对性的帮扶方案。每家企业的帮扶措施深度定制,个性化瞄准企业最需要解决的问题。河北华糖云营销传播公司助力河间市瑞彬肉制品有限公司田营分公司与北京商超企业建立联系,把驴肉产品打入北京市场。河北顶呱呱机械制造有限公司寄来《广告助力企业 提升经济发展》感谢信:省市场监管局组织的这次活动,帮助企业解决品牌塑造、产品营销、市场开拓等实际困难,为企业复工复产提供了有力支持,注入了活力,提振了发展信心。

充分发挥广告的助推器作用,继续深入开展助产助助助转型工程

在媒体深度融合发展背景下,广告行业和新闻媒体的功能已经远远超出传统范畴,成为内容的传播者、产品

的销售者、工具的提供者、市场的分析者。这就要求广告行业从业者科学把握形势,适应新的消费理念、消费方式和销售方式,进一步增强对广告行业本身和企业发展趋势的理解,精准对接企业需求,更加充分地发挥广告在营销活动中的助推器作用。

2021年,省市场监管局将在总结经验、巩固成果基础上,持续深化助企活动成效,整合我省优质广告资源,继续深入开展三助(助产助助助转型)工程,有效助力我省实体经济转型升级,促进“产学研媒”融合发展,提升实体经济核心竞争力,加快产业基础高级化、产业链现代化进程,推进我省经济高质量发展。

全面开展培训。紧贴构建新发展格局要求,结合企业适应新形势、提高市场竞争力需求,坚持以赋能企业转型、培训高层次人才为目标开设助企“太行大讲堂”。重点加强互联网大数据新业态、数字化营销等新知识普及,引导企业打破传统思维和常规营销的束缚,谋划在疫情防控常态化形势下提升企业适应新发展格局的能力。

搭建合作平台。一是搭建资源整合的平台,二是搭建产销对接的平台,三是搭建媒体合作平台,充分发挥广告在供需中的桥梁纽带作用,促进协同创新、优势互补、资源共享、合作共赢。

助力脱贫地区产业提档升级。在广告公益扶贫基础上,加大对口支援、对口帮扶和区域合作力度,精准助力脱贫地区产业提档升级。发挥媒体渠道优势,建立销售网络,通过电商平台、直播带货、短视频等形式把当地土特产品推向市场。加大投入力量,创建产资源包,为脱贫地区产业提供策划、品牌、渠道、宣推等多方面的帮扶支援。

精准服务企业。总结助企经验,巩固活动成果,持续助企帮扶。对已达成的帮扶意向精准对接、周密组织、推向深入,确保各项工作落到实处落地。根据我省实体经济实际,做好分类指导和精准帮扶。推动农产品类企业生产链与供应链的深度结合,有效提升产品附加值和品牌美誉度。助力消费品类企业着眼供给侧需求端,在打造品牌、提升品质、做优基地、拓展市场等方面推陈出新,满足不同人群的消费需求。(马彦铭)