

首届“玉琮杯”清廉微电影大赛作品征集结束 340余件参赛作品讲好清廉故事

本报记者 董资 胡晓峰 通讯员 洪涛

本报讯 首届“玉琮杯”清廉微电影大赛作品征集已于日前结束,大赛组委会收到了来自浙江、北京、上海、山东、广东等23个省市的参赛作品共340余件,其中微电影160余件、微视频170余件,得到全国各地纪委、相关部门、企事业单位、学校、电视台、影视公司和个人的大力支持与参与。许多作品制作精良,拍摄形式新颖,令人惊喜。

首届“玉琮杯”清廉微电影大赛是浙江省清廉文化四大赛事之一,是建设清廉浙江、传播清廉文化的具体实践,由中国纪检监察杂志社指导,浙江省纪委、浙江日报报业集团、杭州市纪委、余杭区委主办,余杭区纪委、浙江省电影

家协会微电影专业委员会、浙江法制报社承办。

本次大赛收到的作品形式多样,囊括了微电影、公益广告、宣传片、纪录片和动漫等;表现形式上有现代剧、沙画和古装剧等,如台州市纪委市监委就报送古装微电影《四知堂的故事》。内容主题上,有反映纪检监察干部讲政治、有担当,深入走访、细致调查的工作作风,如杭州市余杭区人民政府仓前街道办事处报送的微电影《廉仓十二时辰》;有展现党员干部廉洁从政、廉洁从业、诚信做人的先进事迹,如江西省龙南县纪委县监委报送的微电影《请多关照》;有以“清廉校园”建设为创作背景,提倡“教风清正、学风清新”的校园氛围,如杭州市拱墅区纪委区监委报送的微电影《清风合唱团》;有以反面案例来

警示教育广大党员干部、企业员工要抵制诱惑、坚守清廉诚信底线,如阿里巴巴(中国)有限公司报送的系列微电影《廉政风云》和吉林省白山市江源区广播电视台报送的微电影《那山那情》。

近期,大赛组委会将组织国内知名电影及传媒艺术家组成评奖委员会,通过初评、复评、定评三个环节,采用评委集中审看无记名投票的方式进行评奖。



工作间隙 不忘学习

为提高理论水平,衢州市公安局特警支队紧密结合70周年大庆安保工作推进主题教育学习。近日,支队利用工作间隙,在武装巡逻车上和机场动态巡逻执勤点组织队员集中学习。

通讯员 舒剑 毛华届

绍兴市120一年接骚扰电话2000多次 检察开展专项监督 30余人被警告和教育

本报记者 许梅 通讯员 胡鹏城 陈媛媛

本报讯 在电话营销日趋泛滥的当下,各种骚扰电话屡见不鲜,作为“生命热线”的120急救电话也深受其害。不久前,绍兴市越城区检察院进行了一次网络问卷调查。从回收的3517份有效问卷看,95.76%的受访者认为绍兴市区骚扰电话问题突出。

据不完全统计,2018年1月至2019年5月,该市120急救热线被数十个不同的主叫号码侵占2200次以上,其中1个号码使用人在2019年1至5月间共侵占

818次,另因谎报呼救信息导致急救中心无效出动救护车6次。

“近年来,我们的急救热线多次、长期被个人骚扰电话和商业推销电话侵占,甚至有的号码使用人多次使用不雅言语对女性工作人员进行骚扰,已经严重影响到我市急救中心工作的正常开展。”绍兴市急救中心负责人说。

“骚扰电话犹如一块顽固的‘牛皮癣’,但不能因为监控难、打击难、管理难就任由它成为公害。”越城区检察院检察长钱昌夫介绍,针对这一问题,经报省检察院同意,今年6月19日越城区检察院向越城

区公安分局发出行政公益诉讼诉前检察建议,建议其依法对侵占120急救热线、扰乱急救中心单位秩序的违法行为予以查处。同时,加强与急救中心的联动,建立对侵占120急救热线的违法行为开展常态化执法的工作机制,并以案例的形式加强警示教育。

越城区公安分局迅速抽调人员组成专案组对检察建议进行落实。截至今年8月底,公安机关已对1人行政拘留、30余人警告和教育,对无故拨打120的儿童、精神病人,责令其监护人严加管教或严加看管和治疗,并着手与急救中心建立常态化联动机制。

巾帼旗帜别样红

通讯员 余熙楚娃

人物简介:陈姣姣,杭州出入境边防检查站检查员,曾参加中国第四支赴利比亚维和警察防暴队,荣获联合国和平荣誉勋章和浙江省三八红旗手荣誉称号,荣立个人二等功一次。



今年是陈姣姣来到杭州出入境边防检查站的第6个年头。她有着比同龄人更丰富的工作经历——2016年3月,她作

为中国第四支赴利比亚维和警察防暴队的一员,远赴西非执行维和任务。

在西非大地上,她不顾身体病痛,不畏艰苦,和男队员们一起搬运物资、搭建营房。亲眼见证了国外的动荡不安,陈姣姣对平时时期的安稳更加珍惜。回到检查员岗位后,她继续发扬维和精神,磨炼业务技能,锤炼过硬作风。

“您好,欢迎回国!”陈姣姣微笑着向旅客问候。“小姑娘,辛苦你们了,这么晚了还上班。还是祖国好啊!”旅客也笑着回应道。这样的场景是杭州边检站执勤现场凌晨特有的。陈姣姣说,对于一线检查员来说,航班延误到凌晨三四点钟是常有的事,而这时也恰恰是一天工作中最疲惫、最难熬的时刻,但陈姣姣和同事们从不埋怨,一心一意做好服务工作,“特别是国人亲切的笑脸和关心的问候,即使再苦

再累,我们也觉得欣慰”。

如今,出境呈现老年化和家庭化的趋势,但很多老人在通过出入境自助通道时不得要领。为帮助老人顺利使用面相指纹采集器,陈姣姣总会耐心指导:“大爷,不要急,眼睛看这里,面对摄像头,大拇指按这里……”没几秒钟,通道大门就打开了,老人连连感谢。同样的话一天下来陈姣姣可能要上百遍,但她并不觉得烦,“这是我们的工作,将这些点滴工作做好了,就是守好我们的初心”。



会员经济 当以诚信为先

付干也

近年来,听歌、购物、旅游、点外卖……凡日常生活所能触及的领域,各类互联网平台纷纷推出了各式各样的会员制度,让用户目不暇接。为了享受更优惠的价格、更高品质的服务,办理付费会员正在成为一种消费常态。

实际上,早些年,在美容美发、健身娱乐、餐饮商超等消费领域,充值换优惠、积分兑折扣的会员模式已经屡见不鲜,但暴露出的一些失信问题,也一度令消费者烦恼。今天,随着消费的日益升级,人们再次看到会员模式的增长潜力。当一些国外连锁品牌依靠付费会员大获成功时,国内各大互联网平台也推出自己的付费会员体系和机制。短短几年,从线下商场到新零售商店、从电商平台到内容平台,付费会员已经成为商家和平台识别高黏度用户的标配。

从充值会员卡,到付费会员机制;从享受折扣,到获得更多权益、更优质服务……会员机制的发展变化,折射消费端与供给端的交互升级。一方面,消费分级化、需求个性化、场景多元化等市场趋势,促使企业不仅要提供相匹配的产品,还要衍生相应的会员服务。另一方面,随着流量成本升高,企业获得新用户成本增高,企业经营理念也在发生转变——“最好的生意不是向所有人做同一类生意,而是向同一类人做所有生意”,付费会员成为消费分级趋势中的必然选择。换句话说,付费会员模式,满足了企业在价格优势和服务优质之间寻求发展优解的需求。

付费会员兴起,意味着行业进入精细化运营阶段,比的是会员的含金量、服务的精准度。遵循这样的逻辑,国内的互联网企业开始寻求跨界合作。外卖平台和视频平台联合,电商平台和内容平台联合,旅游平台与金融平台联合……购买一个平台会员,享受二重或是三重平台的权益。跨界合作使得优势叠加,不仅实现了精准的场景消费互动,也促进消费者和商家实现了“1+1>2”的共赢。这是满足消费升级的一种表现,更是促进消费升级的一个契机。

然而也要清醒地看到,再好吃的吆喝,若没有优质服务、优质产品打基础,用户就不会为“会员”买账。会员的本质是商家和用户建立持续互动的信任关系,任何有损这种信任的行为都会导致会员的流失。比如,有的视频网站随意定规则,遇到热门网剧,付费会员观看大结局也要花钱;有的外卖平台,对用户所购权益重重设限;有的玩起“套路式”自动续费,让人防不胜防;有的则以会员名义削减非会员、低阶会员的用户权益……为了一时牟利而造成良性互动关系的失衡,只会损害企业自身的长远发展。

互联网时代,商业的形态有赖于和用户关系的重新界定。尽管消费分级为会员经济带来了新机遇,但当会员用户需求更集中,对商家平台的服务标准要求也更高。因而,会员经济健康发展,根本之道在于诚信与优质。商家希望获得高黏度用户,也应该对用户更加负责。只有提供更好、更安全、更高效的服务和产品,做好会员的运营和维护,才能让他们愿意长留,与平台共同成长。