

订 阅

别让科研人员
精力都耗在报表上

中国科学院近日出台了10项落实“放管服”改革的措施,扩大科研院所自主权,释放科研人员创新活力,做到让科研人员“一年只填一张表”。

为科研人员“松绑”,本质上是简政放权、放管结合、优化服务的改革,也是降低行政成本,优化服务流程的具体举措。

长远来看,科研项目审批,科研经费管理应进一步尊重科研活动的特点和规律,尊重科研过程中的不确定性,将出发点和落脚点回归到让经费为人的创造性活动服务上来,而不是让人为经费受尽困扰。

(光明日报)

扎紧暑期旅游的“安全带”

暑期旅游旺季开启,然而一些旅游胜地变成“夺命杀手”,为计划出行的游客敲响了安全警钟。

旅游安全并不是孤立的问题,只有从旅游观念的转变中才能找到答案。无论是旅游的季节性风险,还是行业的长期痛点,抑或新业态带来的挑战,均需以“绣花”的精细功夫来解决。如果说出行安全是1的话,风景、饮食、住宿、民族风情不过是后面的0。“祸患常积于忽微”,只有监管做到位、责任不留白,用严密的制度和扎实的行动扎紧旅游的“安全带”,才能把未知的危险系数降到最低。(人民网评)



“超级大班”背后的真问题

要从根本上解决“超级大班”问题,首先,应当根据现有的人口规模和分布,建设新学校,增加教育资源供给。特别是地方政府在招商引资建设房地产项目时,必须严格落实配套学校资源的规定。其次,要均衡教育资源分配。一方面要根据城乡生源变化,适度调整城乡学校资源分配;另一方面,也要增强农村地区优质教育资源分配,提高农村学校的教学质量,增强农村学校的吸引力,避免因农村学校教育质量不理想而导致大量学生涌入县城上学。(检察日报)



态度新闻

“会销”盯上老人,
“银发”钱包谁来守护?

消费者:
我本以为可以捂紧钱包的,后来不由自主

60岁的李阿姨:我已经退休了,在家无聊,是在报箱里看到会议通知的。上面说送节能灯,又说是“节能减排办公室”组织的,就决定去听一听。子女们也劝过我不要买乱七八糟的保健品。我心里想,我只要捂紧钱包就行了,我不会买,我就是去领免费东西的。到了之后第一天,他们说购买产品当场返现,好多人花100元买蛋白粉,就能返现120元。第二天,还是这样的方式,买了当场返现,而且比第一天返的还多。第三天,他们都在说这个金枪鱼油胶囊特别好用,对高血压、心脑血管疾病都有帮助,而且当天只有4个优惠名额,500元一瓶,买了还能当场返现600元。

到了第四天,购买产品不能返现。

现场接入了全国视频直播,厂家的副想说,这些胶囊只有在这个会上才能优惠买,买一瓶送三瓶,还送很多赠品,赠送的电饭锅还是大牌子。到了这个时候,大家都想买了。

我也有点心动,心想这个金枪鱼油胶囊,就算吃不好人也肯定吃不死人,最后我也花了将近4000元,买了一盒胶囊,送了一支野山参和一只貔貅摆件,还有其他一些赠品组成了“六件套”。

其实一开始我是不想买的,后来还是不由自主地买了。回头想一想,一个原因是老年人太寂寞了,现场的那些小伙子,嘴巴都特别甜。另一个是不敢不买,我们的儿女信息、家庭住址、电话号码他们都知道,有点害怕。以后我再遇到类似的情况,也说不准会不会买。

会销人员:
我们针对客户层层诱导,“看人下菜”

会销“讲师”肖某:我们从2016年6月到2017年4月搞了58次会议,卖了2000多万元。为什么会用四天的会议销售,就是要一步步引导,缺一消费者都有可能不买账。

以赠品为诱饵,层层进行诱导式营销。我们就用金枪鱼油胶囊这个主产品进行推销,先营造买产品不用花钱的消费心理暗示。然后再推出这个产品,以虚高价值、夸大作用,诱导会场老人争相购买,让消费者以为白得到很多产品,有“赚了”的感觉。最后我们把金枪鱼油胶囊、电饭锅、貔貅摆件等商品组成一套,购买价是近4000元。

在四天的会议上,我们也不是一下子把产品推出来,而是有一整套的话术和流程。第一天、第二天是“倒插”(即先行介绍和抛售)第一道产品,再高抛第一个产品野山参;第三天在高抛主产品金枪鱼油胶囊的时候还会送一些赠品……在销售过程中,我们会一直提醒参会的老人集中注意力,交代他们回家

一定要吃;还会面带微笑地审单;会议上接入的全国视频直播,其实就是提前录的一个视频。

我们还会针对不同客户的心理进行不同的方法诱导:有些是随声附和型,他们内心已经决定今天不买了,那我们就干脆问,“你为什么还不买?”,突如其来的质问会让他们失去辩解的余地;有的是强装内行,说“我和这个公司或者产品很熟”,那我们就先假装顺从点头,说“不错,你对这个产品了解很详细,你是否现在就买呢?”;有的是虚荣型,那就极力赞扬,假装尊敬他,让他顾及面子咬牙买下;有的非常理智,那就诚实且低调,保守一点,强调产品的实用性。

其实这些产品都是很便宜的,貔貅摆件每个二三十元,是从义乌等地批发来的,野山参也就几十元的价格。我们说这些野山参有防癌抗肿瘤,起死回生等功效,先到先得,最后老人们大部分都会掏钱。



执法人员:
企业信用、个人信用要结合

上海市工商局检查总队执法人员:单靠行政机关做这个事情太难了。这不仅需要多部门的配合,还需要全社会形成联防联控。

行政机关面对老年保健品欺诈这样形式隐蔽、地点封闭、产业链上下游分工细致复杂的案件,执法手段和能力都还有待更新。譬如这个案子,我们去一家宾馆调查一个会销人员,敲门就敲了20分钟,进去发现她用衣服把电脑、手机等都包起来,从窗户里扔出去了。幸亏是二楼没有扔坏,我们才提取到很多证据。

会销案件都是类似的,厂家、代销、再到终端,关系链都是断开的,中间人和厂家联系,再和会销公司联系。作案手法多样,行为非常隐蔽,查处也非常难。

我们认为,要把企业的信用监管和个人的信用监管结合起来,从事类似活动,要对个人有一些规制手段,让个人信用受到实质性的影响,不能把企业关了,他们又起炉灶、再搞一摊。

最关键的是,这类案件的受害者很少来投诉,一些老人的子女发现了问题,打电话来投诉,第二天老人就要撤诉,甚至我们执法人员上门去取证,他们不仅不配合,还把执法人员赶出来。

我们特别理解老人的想法,健康是他们的第一心愿,可惜被这些无良的商家利用了。让银发老人不再被“收割”,除了我们执法人员加大打击力度,做儿女的也多些陪伴,别再让老人们感到太寂寞了。

(新华社)

