

不管经营什么,都在经营人心

本报评论员
项向荣



周巧红的理发店在给我们带来温馨的同时,也带来了启发。

据钱江晚报·小时新闻APP报道,杭州上城区五柳巷16号有一家韵味十足的理发店,门口写着“红辣椒专业理发店”,挂着一块有“烫发、焗油”字样的木牌,上面留有老板娘的名字和电话。老板娘周巧红经营这家店三十多年,有着极好的口碑,有些街坊邻居祖孙三代的头发都是她理的。

陋巷里的小理发店,按理算不上高大上的百年老店,但还是成了响当当的“网红老店”。

许多企业对赚钱有着某种天赋,当然这不是坏事。它们往往小有成就之后,便立马扩大店面、连锁经营,甚至搞多元化战略,有些很成功,但多数却背上了沉重的包袱,有些最后一败涂地。失败的原因,多和好大喜功、急功近利有关,技术和管理的内功还没

有过关,先进设备却一个比一个买得多买得贵,摊子一个比一个铺得大,但长得快倒得更快。

相比起来,周巧红的门店虽陋,但技术是过关的。她从来没有搞过什么充卡、连锁等“先进营销”手段,有的是三十多年里不断的进修学习,如今店里高悬“国家高级美发技师”的认证牌子。数十年来,小店一直扎根在街头巷尾,看起来比较简陋,背后却是严谨、精细、执着、专注和专业。正是技术过关的原因,周巧红才成为众多回头客都信任的知心发型师。老顾客说,不需要加微信,也知道她一定会在老地方坚守。

街坊邻居是几十年的老顾客,都把她的店当做“情感驿站”。“一波波熟人来了又走,街坊处成了朋友,顾客处成了小妹妹。”这儿

充满着浓浓的烟火气和人情味,沉淀了岁月以及回忆。这儿不仅有老板娘精湛的手艺,更是情感的积淀。“红辣椒专业理发店”和社区生活紧密联系起来,呈现出街巷生活的红红火火。

与居民密切相连,这就是“红辣椒专业理发店”体现出的城市生活中深层次的价值。

一家企业要赚钱需要付出努力,要在质量上取得成绩需要付出更大的努力,而要做到像周巧红的理发店那样三十年如一日提供真诚优质服务、把顾客看成上帝的,需要付出的则是长期的尊重、守信和坚持。只有后者,才能在时间长河中不被打败。

不管经营什么事业,都是在经营人心。周巧红的理发店在给我们带来温馨的同时,也带来了启发。

给外卖小哥多点温暖,给这座城市多点温度

本报评论员
魏英杰



如今已经入冬,天气渐渐寒冷,很多外卖小哥、快递员不会因此而停歇脚步。

据钱江晚报·小时新闻APP报道,近日,杭州一市民发朋友圈感谢外卖小哥,因为儿子考研压力大失眠,点外卖怕打扰儿子午睡,于是选择了“不要敲门/按铃”的备注,但忘记手机是静音状态,看到47个未接电话才想起外卖,后来看监控发现外卖小哥在门口等了近1小时,心里很感动。

这事情真让人哭笑不得。估计很多读者非常想吐槽一下这位市民,虽说是无心之失,但这心也太大了,选择“不要敲门/按铃”,总得注意看手机吧,外卖大概什么时候送到,心里该有谱才是呀。从点单到配送,加上外卖小哥等候近一个小时,这一单起码超过1个半小时了。这位市民的“操作”,确实不可思议。

宁可站在门口等,也不轻易打扰用户,外卖小哥的举动则让人感动。笔者经历中,似乎还没碰到过这样有职业素养的外卖小哥。

笔者经常半夜点外卖,担心吵到家人,也会在备注里千叮万嘱“不要按门铃不要敲门,打电话就行”,也会选择把手机调小或无声,但会放在手边,关注配送进展。好几次,外卖小哥急匆匆来了,二话不说就按门铃,也不想想这大半夜门铃声有多吵人。

面对这种情况,多数人一般也不会多说什么,至多充当马后炮提醒下这个时间段不该按门铃。

但是,报道中这位外卖小哥,没有按门铃,没打通电话,他就在门外等了一个小时。

如今已经入冬,天气渐渐寒冷,很多外卖小哥、快递员不会因此而停歇脚步。有时候半夜点外卖,忽然想起外面寒风瑟瑟,心有不忍。不过,少点或不点外卖,其实也不是对外卖小哥的呵护,大家都不点外卖,外卖小哥不是反倒没钱赚了?所以,外卖

小哥期望的,肯定不是大家不点外卖不需要服务。

与其这样,不如通过其他方法给外卖小哥多一些关怀。比如,如果你认为外卖小哥辛苦,可以给他们打个赏,让他们感受到用户的温暖。又如,外卖迟一点到,不要动辄摆出“顾客就是上帝”的面孔,对外卖小哥唠叨个没完,甚至要投诉人家,互相体谅一下,彼此都有个好心情。此外,有能力的商家、店铺,不妨像夏天防暑降温时那样,准备免费开水点,供外卖小哥驱寒。这样的细节关怀,可反映出一座城市的温度。

一座城市的运作,需要不同岗位的人尽心尽责。尤其在这样一个消费社会,很多人每天都要收快递、叫外卖,没有快递员、外卖小哥的服务,城市部分功能就不能很顺畅地运作。多体谅关心外卖小哥,我们的生活也会因此而更加欢乐。

遏制旅游乱象,须与时俱进出新招

本报评论员
张炳剑



有了对各种乱象的更有针对性的法规条例,再加上相关部门、司法机关依法履行,则旅游经营者自然会规范经营。

最近,江西省人大常委会审议通过了《江西省旅游者权益保护条例》(以下简称《条例》),并确定于2020年1月1日起正式施行。据钱江晚报·小时新闻APP报道,这是全国首部专门保护旅游者权益的地方性法规。

《条例》对旅游市场主体的违法违规行为有较为详尽的处罚措施,尤其是针对游客反映强烈的旅游经营者虚假宣传、旅游价格欺诈、旅游过程中变更旅游线路、强迫购物等主要行为强化了治理措施。比如,针对强迫购物,《条例》规定旅游过程中,导游、领队人员不得诱导、欺骗、胁迫或者变相胁迫旅游者购物,不得擅自变更旅游线路、增减景点。

《条例》也关注到自驾游、徒步游、研学旅行等旅游新业态,以及旅游民宿、旅游网络交易平台等新兴经济体,将它们纳入法律管理和保护范畴。从这点看,《条例》算得上与时俱进,值得称道。

尤为亮眼的是,《条例》率先提出旅游购物“先行赔付制度”,明确了设区的市、县级人

民政府都应当建立先行赔付制度,设立旅游专项理赔金,并指定旅游专项理赔金管理机构。旅游者在旅游购物场所购买商品后,认为商品不合格或者存在质价不符情形,30日内要求退货,旅游经营者拒绝退货的,由专项理赔金先行赔付。专项理赔金管理机构代为赔付后,有权依法向负有责任的旅游经营者追偿。

可以预见,《条例》推出后,游客在江西境内游玩、购物会变得更有底气,更加放心。它在降低游客维权成本的同时,增加了不法旅游经营者的违法成本。这对于规范江西旅游市场、保障消费者合法权益都将发挥不容小觑的作用。

虽然2013年《旅游法》出台,在一定程度上遏制了一些乱象的发生,比如之前非常盛行的“0元团”几乎销声匿迹,但是,各种变相或打擦边球的违规操作却始终屡禁不止,类似低价游强制购物、景区商贩坐地起价、黑导游、不合理低价团、游客被打被宰等时有发生,比如今年6月份就曾爆出“桂林女导游要求游客一个小时消费两万元”。

旅游乱象之所以怪招迭出,是因为一些旅游经营者为了逐利而打擦边球,钻既有法律的漏洞,同时一些地方管理部门没能有效遏制这些乱象。

旅游经营者行为需要相关部门、司法机关通过常态监管、常态履职来予以规范引导,需要详尽完备的法规进行参照。有了对各种乱象的更有针对性的法规条例,再加上相关部门、司法机关依法履行,则旅游经营者自然会规范经营。

从这个角度说,江西这部《条例》的出台,对于治理旅游市场乱象,很有意义。



小时新闻APP
时评栏目



爱上评论
扫一扫,一起来评论