

刘铁男涉嫌严重违纪被调查

现任发改委副主任,去年12月被人举报 新华微评:实名举报让“蛀虫”无以遁形

据央视12日报道,记者从中央纪委获悉,国家发展和改革委员会副主任刘铁男涉嫌严重违纪,目前正接受组织调查。

财经媒体人举报“官商勾结”

2012年12月6日上午,一名网友在其新浪博客上发布了一篇题为《中国式收购:一名部级高官与裙带商人的跨国骗贷》的博文。

随后,该网友通过其微博账号连发3条附图,向中纪委实名举报国家能源局局长刘铁男涉嫌学历造假、巨额骗贷和刘铁男包养、威胁情妇等问题。

据《21世纪经济报道》刊文报道,举报刘铁男的是《财经》杂志副主编罗昌平。1月30日,举报人罗昌平称,中央有关部门已就相关举报事宜立案调查。但当时并未获得有关部门证实。

涉嫌以项目撬动银行资金

上述《中国式收购》一文为2011年11月21日出版的《财经》杂志所刊发的由该杂志3名记者联合采写的两篇调查报道之一。网友在博客中所贴出的文字内容系第一篇,第二篇题为《倪日涛浮沉》。

《中国式收购》一文中提及:一位名为倪日涛的中国商人在国内银行贷款2亿美元以上,试图收购加拿大的一家制浆厂。但在倪日涛赴加拿大重组以前,那家企业的标的资产其实已被他控制的境外公司提前收购,“相关人士的举报,令这一几欲实施的‘左右互

搏’之举终止。”

报道说,倪日涛这一“中国式收购”是一场“涉嫌以项目撬动银行资金,‘自己收购自己’的跨国资本游戏,最终因涉嫌欺诈,在与外方政府的诉讼中走至末路。由于当地政府根据约定欲收回资产重新招商,双方对簿公堂,该案已惊动当地省府,政治影响很大”。

妻儿被指变身股东和高管

据报道,倪日涛“擅于在国有企业陷入困境时介入重组……曾于七省先后租赁或收购八家造纸企业,总资产号称数十亿元……而位居审批链条上的官员或其家属,不时变身成为倪氏公司股东和高管。”

这篇报道提及的官员名字中,虽然没有出现刘铁男,但提及了两名“变身为倪氏公司的股东和高管”的涉事者:郭静华和刘德成。报道暗示:“郭静华的丈夫、刘德成的父亲,正是在国家发改委担任要职。”而该网友直指上述两人分别为刘铁男的妻子和儿子。

@新华微评

实名举报让“蛀虫”无以遁形

刘铁男被证实正接受组织调查。从财经杂志副主编罗昌平实名举报至今,等待过程似有些漫长。近来,中纪委多次提倡实名举报,刘铁男终落马无疑传递了一种推进的正信号。恶有恶报,让贪腐蛀虫陷于人民监督的汪洋大海,它们必会无以遁形。■据新华社、央视、法制晚报



刘铁男其人

官方简历显示,刘铁男生于北京,但籍贯为山西祁县,“研究生学历,工学博士,经济学硕士”,1983年到国家计委工作,20世纪90年代曾任中国驻日大使馆经济参赞,2006年12月步入副部级官员序列后于2008年3月任国家发改委副主任、党组成员。2010年起任发改委副主任、党组成员,国家能源局党组书记、局长。在最近一轮“大部制”改革中,刘铁男卸任国家能源局局长。

■资料来源:国家发改委官方网站

“衡阳正副科长互咬”后续 两人仍在治疗 均被停职调查

本报5月12日讯 5月10日上午,衡阳市质量技术监督局计量科科长与副科长两人在办公室内“互咬”,科长咬掉了副科长的鼻子,副科长则咬伤了科长的手指(详见本报5月11日A03版报道)。记者今天从衡阳市质监局了解到,目前这两人已同时被单位停职,等待进一步调查处理。

10日下午,衡阳市质监局副局长万新华在接受本报记者采访时表示,两人打架的原因与工作没有关系,正在调查之中。待两人伤治好后,将严肃处理。

记者12日了解到,目前“互咬”的两名干部仍在接受治疗,副科长曾昊坤的鼻子受伤较严重,暂时不便开口讲话,科长王先明手指进行了缝针处理。两人均被单位停职,等待进一步调查处理。

据介绍,事件发生后,衡阳市质监局当天召开了紧急会议,决定对两人进行停职检查,并成立调查组,对情况进行调查核实。此外,衡阳市质监局纪检组已对此事进行立案调查。

■记者 徐德荣

让“客户导向”成为竞争力

——东风日产启动“我为客户做什么”全员大讨论

“我们要让大家提到东风日产时,就能竖起大拇指说,对,这是一家了不起的企业!”2013年4月18日,东风日产乘用车公司总经理松元史明在“我为客户做什么”全员大讨论启动会上,说出了这样的豪言壮语。

早在2012年11月的高管论坛,东风日产就提出了“客户导向 品牌向上”两个关键词。本次大讨论,就是东风日产以“客户导向”为核心开展的全价值链改善行动。

作为过去十年车市爆发期的引领者之一,东风日产一直秉持“领先半步”的概念,成功实现了高速发展。随着中国汽车市场进入微增长时代,东风日产寻求以“客户导向”催生新的市场竞争力,全面发力后市场,在新发展时期的开端再次“领先半步”。

聚焦“客户至上”,专注价值提升

东风日产以“我为客户做什么”大讨论为起点,明确从消费者、经销商、员工和供应商四方面着手,通过全价值链优化,提升服务效率与质量,最终达成令终端客户满意的目标。

东风日产党委书记周先鹏表示,牢固树立客户意识,对于东风日产来说,是永恒的课题、永恒的目标。东风日产要通过开展此次大讨论活动,把客户意识植入每个员工的灵魂深处,植入企业的发展基因,植入品牌的价值内核,把客户意识真正打造成为企业发展永恒的动力。据悉,活动将持续到今年下半年,以培训学习、跨部门合作、改善行动等方式,营造客户导向氛围,落实价值提升计划,践行“客户至上”理念。

事实上,东风日产一直以来都追求向客户提供产品以外的更多附加价值,让客户真正享受到安心、优质的汽车生活。这也是东风日产“人?车?生活”的企业理念中以“人”为先的实际表现。在提升客户价值方面,东风日产已经做出了



许多业内领先的尝试。

2012年,在涉日事件发生后,东风日产快速出台“安全保障承诺”,承担车辆全额损失以及相应的人身伤害补偿,让车主“零损失”。随后,东风日产又颁布了“品质无忧承诺”则保证“7天包换”。这两大承诺成为了行业内勇于承担责任,专注提升客户价值的行动标杆,也得到了东风日产400万车主的支持与认可。

2013年3月18日,新世代天籁上市。东风日产除了为其打造“一

步到位”的定价,更带来国内首个基于新车的客户价值提升举措——天籁行动:内容包括“7天包换”、“60天免费出险代步”、“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务内容。当中高级车消费者对服务日趋挑剔之际,新天籁以体系竞争力为支撑,通过至臻至诚的服务率先携顾客从“产品体验时代”穿越至“价值享受时代”,开启了丰富产品价值的新路径。

事实上,在“感心服务”理念下,东风日产提升客户价值的行动

远不止这些。比如东风日产成立当年即发起的质量安心、费用安心、修后安心、时间安心、紧急时安心的五个安心售后服务;09年起,为众多归家车主送上一杯热茶、一次检修的“感心公路”;提供“全程一对一”一条龙服务的二手车交易中心;为客户提供全面、多样化、各种情况下用车解决方案的“易租车”租赁服务等等。

东风日产立足于客户利益的举措也得到了行业的普遍认可,荣获“2012中国汽车客户关爱奖”、“2012年中国汽车服务金扳手奖”等奖项都是其明证。

发力“后市场”,再次领先半步

随着消费者对服务体验的日益重视,以及汽车召回条例、汽车三包等政策的出台,中国汽车企业的产品不再局限于汽车产品本身,而是包括了售后服务、客户关怀等“后市场”的因素。特别是进入中国汽车市场的微增长时代,以“卖车”为定位的企业将逐步失去核心竞争力。东风日产全面发力“后市场”,关注客户价值,就是新时期汽车行业回归

客户本源价值的一次有益举措。

在本次大讨论中,东风日产更把客户的定义从“消费者”上升至“利益相关者”,不仅是对体系竞争力的考验,也将服务对象从单一群体延伸至全价值链各个环节,再通过实际有效的价值提升行动,让所有利益相关者从中获益。

东风日产副总经理任总表示:“这一思路的改变,使东风日产能够最大限度地挖掘全价值链的潜在能量,在以所有利益相关者为前提的前提下,全价值链上的各部门都将成为‘客户’的直接服务者,从而全面提升各方面的服务品质及意识。这种服务品质及意识的提升将在价值链上层层累积,最终转化为东风日产向消费者输出的巨大附加价值,从而为东风日产的后市场运作提供更具优势的竞争力。”

在市场即将进入新时期的节点上,东风日产这一以客户为导向,向全价值链要竞争力的创新思路让其成功在后市场领域再度“领先半步”,并为全行业的客户价值提升提供了又一个优秀范例。