



武汉市民质疑机关作风网络投票系统自动退票

太多不满意,别来评政府?

网友:“被满意”是走形式 纪检:为防恶意刷票

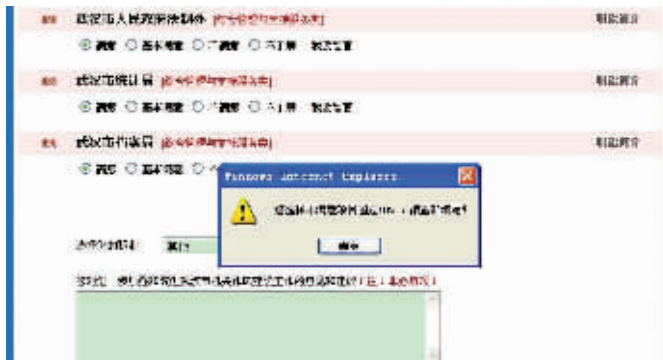


城事网眼

请登录三湘华声全媒体爆料中心“网友爆料”频道
http://bl.voc.com.cn 爆料手机:15607312882
爆料热Q:200904326

9日,网友“fixliyang”在华声论坛“辣眼时评”栏目发帖,质疑武汉市“2009年民主评议机关网上投票”活动。因其选择不满意项目超过了10%,投票被系统退回,要求“重新填写”。

网友直言,“fixliyang”遭遇了“被满意”。武汉市直机关纪律检查工作委员会负责人向湖南在线记者表示,这种设定是防止有人恶意刷票。令人不解的是,投票系统对“满意”选项却没有任何百分比设置。 ■记者 周清树



截图显示,网友“fixliyang”对“武汉市档案馆”等单位投了不满意票,提交后被系统自动退回,同时弹出一个名为“您选择不满意项目超过10%,请重新填写”的对话框。 网友供图

【投票遭遇】“不满意项目超过10%,请重填”

网友“fixliyang”的帖子简单明了,除了两张投票截图外,全文只有一句话:“民主”投票,不满意不行。

记者随即登录此次活动的官方网站——武汉市机关作风网,进入投票系统,发现共有90家单位参与了网上评议活动,每个单位后都附有职能分类、职能简介等,单位下方为可供选择的“满意”、“基本满意”、“不满意”、“不了解”等几个选项。

无论参与者选择多少“满意”或“基本满意”选项,均可提交投票,但只要选择

超过10%的“不满意”或者“不了解”选项后,即被系统自动退回。

记者发现投票结果中90家参与评议的单位“满意”及“基本满意”项远高于“不满意”项;绝大多数单位好评如潮,“不满意”选项都显示为0%。“不满意”度最高的武汉市城管局也只有5%的不满意率。

记者浏览跟帖发现,网友纷纷表示“fixliyang”及武汉市民遭遇了“被满意”,甚至有网友指出,“这种活动只是走走形式装装样子罢了,楼主参与这种活动,本身就是错误的,是个悲剧!你要习惯见怪不怪。”

【部门回应】情况属实,是为防止恶意刷票

武汉市直机关纪律检查工作委员会喻副书记向湖南在线记者表示,网友所述情况属实。他称,参评单位下方有包括“满意”、“基本满意”、“不满意”、“不了解”四个选项,投票系统对“不满意”及“不了解”进行了相关设置,如果投票选择“不满意”或“不了解”项超过参评单位的10%,投票就会被系统自动退回。

“市民对参评单位的工作及此次活动整体上是认可的,这么做是为了防止少数人恶意刷票,因为以前出现过这样的

情况。”

当记者问及是否存在刷票的时候,“不满意”投票过高被系统退回的情况,喻副书记表示,此次活动的参评全部公正、公开,不存在网友质疑的情况。“如果网友、市民有什么疑问的话,可拨打027-82402728咨询或投诉。”据当地媒体报道,2009年武汉市民主评议机关活动于12月3日启动,全市90家机关将在网上接受来自基层单位、职工代表、企业代表和市民群众对其满意度的打分测评。

300网友为岳麓山“清肠”

环保行动



参与捡垃圾的华声网友。

当哥本哈根全球气候变化会议吸引了全球目光的时候,万里之外的长沙,一群网友却用行动来表达他们对环保的关注。

12月5日,第24个“国际志愿者日”,当天下午,华声论坛“混在长沙”版块联合湖南工业职业技术学院、湖南农大环境保护协会、长沙学院环保协会、七里八里社区及华声网友300多名志愿者一起给岳麓山“清肠”,清理道路上的陈年垃圾。

一个下午,志愿者们“战果辉煌”,下午5时,岳麓区环卫局共清运走两大卡车垃圾。

“前一段时间我们组织了网友为湘江河‘洗脸’,这一次我们是为岳麓山‘清肠’。”组织此次活动的华声论坛管理员“天狼饮冰”告诉记者,华声论坛将会不断地组织这样的活动。

如果你也想参加长沙的志愿者活动,不妨登录华声论坛“混在长沙”,网址: http://cs.voc.com.cn。

■记者 杨博智

海尔 冰箱、洗衣机全球销量第一,成就世界白电领袖地位

欧洲透视发布 2009 年全球最新冰箱排行榜

海尔冰箱 世界第一

——“品牌”与“制造商”排名双第一成世界领袖

2009年12月1日,世界著名的消费市场研究机构 Euromonitor(欧洲透视)发布全球最新冰箱排行榜。按冰箱的品牌份额统计,海尔牌冰箱以10.4%的品牌市场占有率继续蝉联第一;按制造商排名,海尔冰箱公司以12.4%的市场份额领先美国惠而浦,成为新的世界第一,这也是海尔冰箱首次从“制造商”维度排名成为世界第一。同时,也是中国改革开放30年来,诞生的第一个“家电领袖”。

在无法独善其身的经济危机中,海尔冰箱为什么能逆势而上,成功抓住机遇登顶世界领袖宝座呢?据了解,海尔冰箱的目标就是成为全球领袖品牌,为了实现领袖的目标,从1990年产品出口创牌开始,到2000年第一个海外基地投产运营,海尔冰箱的每一个步伐都始终盯着如何满足全球用户的需求。

海尔旗下的高端子品牌“卡萨帝”就是海尔冰箱满足高端群体需求的例证。据了解,为了打造这一品牌,海尔发挥全球29个三位一体的本土运营基地的优势,整合到了世界顶级设计师,推出了卡萨帝法式、意式、美式等一系列颠覆传统设计的高端冰箱,为海尔冰箱竞争全球市场注入了活力,并有了出色的市场表现。

据统计,在欧洲,海尔凭借卡萨帝意式三门冰箱独创的抽屉式设计时尚的外观,直接拉动市场销量猛增,最高实现了89%的高增长。而卡萨帝法式对开门冰箱在全球呈现出替代传统对开门冰箱的趋势,同时还被欧洲消费者誉为“艺术品”,从而在全球市场实现了高速增长。而卡萨帝六门冰箱则



表现更为突出,上市至今始终以超过60%的份额垄断第一。

“卡萨帝”品牌的加入为海尔冰箱的海外竞争增加了无限活力。据了解,此前,海尔一直靠“海尔”这个单一品牌进行全球竞争,并在单品牌市场做到了首先超越惠而浦成为第一,但相对于拥有多个品牌运营的美国惠而浦而言,海尔冰箱在制造商的维度排名还不具有第一优势。

不过,自从2007年海尔冰箱推出高端子品牌“卡萨帝”后,凭借卡萨帝法式、意式、美式等具备欧亚美风格的全系列高端冰箱竞争全球市场,并以几何级数递增,从而一举跃升到“世界第一制造商”的新高度,成为“品牌份额”与“制造商”份额双第一的世界领袖品牌。

欧洲透视”排定全球洗衣机行业最新座次

海尔洗衣机跃居全球第一

“日前,世界著名的消费市场研究机构 Euromonitor(欧洲透视)公布了2009年全球洗衣机行业最新市场调研数据:海尔洗衣机以品牌份额8.4%,跃居全球第一,并领先第二名1.5个百分点。

成立于1972年的“欧洲透视”公司是世界上最具权威的全球战略调研公司,一直致力于为全球客户提供有关商业、行业和消费者的各类信息。



“2008年,全球洗衣机品牌份额排序,我们曾以0.1%微弱差距,屈居第二!当时,我们就提出了2009要冲击全球第一的目标。”海尔洗衣机总工程师吕佩师告诉记者!

据了解,为了实现这一目标,2009年,海尔洗衣机加速整合全球研发资源,提出了,通过差异化的产品,为全球消费者提供洗衣生活解决方案的战略经营思路!

在德国,海尔结合欧洲人注重生活品质的特点,开发了“静音”系列洗衣机;在美国,为了满足消费者集中洗衣的生活习惯,海尔提供了一次性解决方案,推出了13公斤大容量洗衣机;在中国,海尔的“LUXURii”、“卡萨帝”等一系列高端产品,已经成为白领消费者的首选……

“竞争战略之父”迈克尔·波特指出,企业要想在市场竞争中生存,要么具有成本优势,要么实行差异化战略,有差异才能有市场,才能在同行业竞争中立于

不败之地。海尔洗衣机显然深谙此道,其通过整合全球研发资源,推出差异化和高附加值的产品,不仅使海尔洗衣机在全球不同地区成为当地主流产品,而且带来了品牌价值的不断提升! 2009年,海尔洗衣机在中国保持近40%整体市场份额,高端市场占据半壁江山;在海外,面对全球金融危机,海尔洗衣机依然在日本、意大利、英国等重点市场实现了20%、50%、71%的高速增长……

一个品牌从诞生到成为全球老大多数会经历漫长历程,大众汽车从1937年成立到2009年成为全球第一,用了72年,具有摩尔速度的IT领域的惠普电脑也用了34年,而年轻的海尔洗衣机仅仅用了15年就实现了这一目标!这个第一,不仅对海尔洗衣机和中国家电行业具有里程碑的意义,而且也为那些正在全球化道路上艰难行进的中国品牌提供了可参考的模式。