

# 以真心融化跨世纪纷争 兴业富民构筑和谐长城

## ——四川省蓬安县三坝乡“我用真心换真情，群众与我心连心”活动侧记

■ 本报记者 张德兵

四川省蓬安县三坝乡，两棵枝繁叶茂的夫妻黄桷树将乡政府怀抱掩映，是一大奇观。“一把手”将办公室设在首间窗口，是一个首创。上任三个月时间不到，成功化解 16 个跨世纪信访事件，是一个奇迹！面对记者镜头，创造奇迹的领头者，该乡党委书记严清权却很淡然，他说，作为基层党委政府，听取百姓心声，化解民怨，创建和谐，推动地方经济发展是最基本的职责。

也许正是他纯朴的执政意识，让他带领党委政府一班子创造了今天的奇迹，才有了记者笔下关于他到三坝乡执政的故事。

### 肩上的责任沉甸甸

去三坝乡工作之前，严清权在全国学习文明工作法示范乡和全县科级干部绩效考核试点乡镇的柳滩乡任党委书记。三坝乡党委书记因群众上访事件而调离后，县委书记安排严清权去三坝乡接任。

“来三坝报道那天，有两常委为我送行，可见三坝乡的担子有多重。”采访中，严清权如是告诉记者：刚到乡政府，几十位上访群众围着他反映问题，跨世纪的信访事件多达 16 件。特别是五、九村河滩地权属纷争和四村社与社的河滩地权属纷争是从上个世纪 60 年代遗留下来的老大难问题。如何妥善处理这些纠纷，如何维护好三坝乡的社会团结稳定，如何搞好区域发展，一连串的问题都必须去面对，说实话，没有一丝轻松感，只感觉肩上的责任沉甸甸的。

### 三个月不到化解所有遗留纠纷

矛盾纠纷，就像一个肠梗阻一样，不解决将阻碍区域经济发展和和谐社会的创建。为了找准问题的关键所在，严清权决定在全乡开展“我用真心换真情，群众与我心连心”活动。让每一个党员干部到基层群众家中“一对一”地了解情况，调查问题，查找原因，听取民声。在“尊重历史，注重现实，依法依规，着力发展，维护稳定”五原则的前提下，着手调解处理群众反映的问题。

首先，严清权选择了反映时间最长，涉及人数最多的五村和九村两个村关于河滩地权属纷争事件作为“开门炮”。通过调查严清权发现，五村和九村长期争夺的河滩地权属既不属于五村，也不属于九村，依法规定属于国家的土地。通过法制宣讲，五村和九村两个村的上访代表都认识到争夺河滩地权属的错误，真诚地向乡党委政府道歉。当然，作为一位心系群众又有基层工作经验的乡党委书记，他抓住了解决两个村矛盾的最佳时机，对凤仪电站淹没河滩地补偿款及时进行了协调分配。让一个从上世纪 60 年代以来一直困扰着当地群众和政府的纷争成功化解。有了调处五村和九村河滩地纷争的成功经验，如法炮制，四村一、二、六、七、八社和三、四、五、九社的群众也认识到长期以来纷争河滩地权属的错误，撤访并向乡党委政府道歉。在乡党委政府的积极协调下，凤仪电站淹没款发放到了村民手中。又一个跨世纪的上访事件得以成功化解。两个最棘手的问题得以成功化解在基层，大大鼓舞了党政一班人的信心和决

心，在严清权的带领下，一鼓作气，乘胜追击，16 个老上访事件硬是在三个月之内全部成功化解。

“你创造了奇迹！”  
“化解矛盾只是我们工作的一部分。兴业富民，才是关键。”严清权说：一个地方只有经济发展了，群众富裕了，才能长治久安。

### 兴业富民深得群众爱戴

“严书记到三坝工作一年多时间，积极争取项目资金解决民生问题和加强基础设施建设，取得了可喜的成效。”采访中，该乡张乡长告诉记者，去年以来，对全乡 26 口山坪塘进行了改造，新修通乡公路 23 公里，通村水泥路 15 公里，对核电厂四个村 700 多户村民危房进行了维修。积极发展支柱产业，去年栽植锦橙 100 号 1000 亩，今年又栽植了 3000 多亩 12 万株，目前，全乡锦橙 100 号种植面积达 10000 多亩，年产量在 800—1200 万斤。三年后，年产量将比现在要翻一番。

多么令人欣喜的成绩。  
采访中，五村老党员王云对记者如是说：“严书记工作踏实，能力强。处理问题不偏不倚。他来了，我们村搞了农改，村道公路硬化，社道公路通了，还扩建了果园。今年，家里就新栽锦橙 100 号 250 株。”记者临走时，王老握着记者的手说：“感谢党和政府给他们派去了这么务实的好书记。”

采访中，退休老村长瞿启德告诉记者：“严书记为民做好事，办实事。比如搞农改、村道硬化，请技术人员来给村民现场技术培训等等，都是十分得民心的。我们老百姓，对领



三坝乡党委书记严清权

导们的付出，看在眼里，记在心头。有这样的好领导带队，支持党委政府的工作那是必须和自然的事情。”

从干部、群众的口中，记者感受到了他们对严书记的尊敬和爱戴。但是否真的如他们说的那样“问题不出乡”呢？

该乡维稳办干部左杰告诉记者，从去年至今，该乡没有发生一例到县、市上访的，群众反映问题，在乡上就停步了。

“你们是如何做到这一点的呢？”  
“你去看一下我们严书记的登记本就清楚了。”

应记者的要求，严清权拿出一个档案袋来，给记者讲起他来三坝乡任职后接到的群众反映，谁反映的什么问题，怎么协调处理的，处理后当事人的满意度等等，娓娓道来，如数家珍，仿佛就是昨天才处理的事情那般熟悉。记者翻阅了档案袋里的全部信访材料发现，一件一件，是件件有安排，件件有回音。就在记者与严清权交谈时，该乡十村一位群众电话反映他家与邻居家因为鸡损害小白菜发生纠纷的事情，严清权当即安排维稳办的同志前去了解情况，协调处理，回报结果。有这样及时处访的工作机制，上访不出乡也就很自然了。

“她生活困难，但说话算话。”受到感动的刘成明主动将在城区道路改造放单车行道的活让给了王吉群。炎热的夏天，王吉群从早晨站到下午，带的水喝完了，再难受，她也舍不得买一瓶水。3 个月下来，她又挣回 2000 多元用于还债。

王吉群的行为让邻居们深受感动，纷纷向他伸出援手，这家送点蔬菜，那家拿来几件衣服，社区得知情况后，又主动落实了低保政策和计划生育家庭中年丧子资金补助。拿到钱的王吉群没有半点犹豫，又用来还了账。2011 年 6 月，社区安排她担任辖区保洁员，希望通过这种方式改善她的生活。

2012 年 7 月，在大家的帮助下，王吉群终于用勤劳和节俭还清了 1.7 万元借款。在社区的联系下，一家医院免费为她做了胆结石手术，现在王吉群除做保洁员，闲暇时仍然拣废品贴补生活，再加上低保，她的生活已经好了很多。

王吉群说：“嫁给老谢她后悔，能为丈夫还清债款，她很幸福。我只是做了讲信义守道德的女人，重庆市和渝北区两级政府还授予我道德模范，我要用自己微薄的力量回报社会，感恩社会。”

相比国外，中国大陆的消费者则有着更加一致的回忆，从而更容易产生品牌内容与消费者之间的共鸣。可口可乐中国在“可口可乐重返中国大陆 35 周年”之际，围绕怀旧话题在多个平台展开了一系列的话题性互动传播。

从微博平台上 # 回忆的味道 # 互动讨论，到微信平台挖掘品牌自身历史的 Story-Telling，再到豆瓣小站号召粉丝回忆产生UGC，可口可乐中国成功地在社交网络中形成了品牌与消费者间的情感回路。

### 六神花露水——短期的回忆

对“怀旧现象”的解读，消费者短期的记忆也会因所处的环境而改变——冬季的消费者会忘了夏天的燥热，在冬季怀念“被寒冷美化过的”记忆。六神花露水根据这一洞察，围绕消费者关于夏天的记忆，推出了系列反季节病毒视频。

(中国化妆品网)

## Ribeiro 的营销高招： 利用碎片化时间 创意新鲜体验

互联网大行其道的今天，网购改变了很多人的消费方式：足不出户、交易便捷、选择多样、可以参考别人的购买评价、大大节省出门的时间交通成本。面对这样的网店风潮，实体店为了生存，只好想出各种方式打动消费者，而如何利用潜在用户的碎片化时间来做营销，就成了各店铺的一大难题。

Ribeiro 是一家阿根廷的大型家电维修商，特色是支持分期付款，其品牌理念，是让消费者感受到其日常的开销水平就可以买到一件不错的产品。理念就算再好，没有让民众知道也是白搭，于是，Ribeiro 想出了一个有趣的营销手段：和竞争激烈的出租车行业合作。

Ribeiro 选择了一批出租车，在车顶放上 Ribeiro 的 LOGO。不过，这可不是普通的出租车车顶广告！带有 Ribeiro 标志的出租车同时在车厢副座背面安装了一个显示装置，打车者可以在显示装置上同时看到打车的里程数和 Ribeiro 的商品显示。是不是有点像国内出租车上的触控传媒？

形似，但是意义却大大不同。当这个显示装置的里程数达到一定数值，商品显示栏会出现对应该里程数所需车费的 Ribeiro 商品！看看，其实只要你平时坐车的钱就能付这个产品的分期付款了！你还觉得这产品太贵么？

然后 Ribeiro 直接告诉你，拿着这车资的小票，真的可以去 Ribeiro 抵扣！这产品的首付款相当于就免除了。你疯不疯！你会不会爱上打车了！

“司机，多开一点路吧！”  
“开，开，再开！再开一点我就能买这个了！”

“哦不，下一个里程数的商品我更想要怎么办？司机！司机再多开会儿！”  
“我来付！”

“还是我来付吧！”  
“小票给我！”  
“我也要小票啊！”

该活动直接导致了活动期内出租车打车率的上升。一起坐车的小伙伴们还抢着付打车费！不抢着付车费的，也抢着拿小票了！最疯狂的乘客，甚至让司机绕城路了大圈后再直接开到 Ribeiro 门口去！

Ribeiro 避开网购，用分期付款和一个简单粗暴的兑换公式改变人们对购买大家电的消费印象，抓住爱省钱的公众心理，直观打动消费者，激励消费者出门！这上门逛店和成交的数量也就显著提高了。

给企业主的启示：  
虽然现在网购当道，但是这肯定不是实体店未来的唯一出路。只要能抓住用户的痛点，在他们碎片化的时间打出能吸引眼球的创意，直击用户的内心，这样也是能做出非常有效的营销。如何有效利用潜在用户的碎片化时间去推广自己，这才是实体店应该去思考的方向。(品途网)



## 两乐营销战场 再“对攻”

■ 刘勇 帅鹏坤

全球两大饮料巨头——可口可乐和百事公司之间再次发起营销大战。一边厢，可口可乐和电商易迅网携手合作，另一边厢，百事、康师傅联盟宣布，与上海迪士尼度假区签署了数年的战略联盟协议，将开展更多形式的市场营销。

日前，可口可乐发布 2013 年全年业绩显示，2013 财年可口可乐营收同比下滑 2%，净利润下滑 5%；而第四季度营收同比下滑 4%，净利润下滑 8%。为了挽救下滑的销售，该公司表示，将在 2016 年前投入 10 亿美元到品牌营销中去。随后，腾讯旗下购物网站易迅网宣布，将与可口可乐达成年度品牌战略合作协议，并于 3 月 3 日起与可口可乐联合开展大规模营销。

而康师傅联盟方面表示，百事和康师傅将成为度假区的首要饮品供应商，除了在上海迪士尼度假区供应百事和康师傅旗下各类知名的软饮和即饮茶饮料外，百事和康师傅的品牌还将呈现于度假区内的核心位置及游客体验之中。

此外，百事计划为来访上海迪士尼度假区的游客开发新型饮品设备。除产品销售和联合营销外，上海迪士尼度假区还将携手百事公司位于上海的亚洲研发中心，通过在烹饪食品创新方面的合作，打造度假区独特的餐饮体验与菜式。百事公司大中华区饮品总裁罗秉涛表示，其将结合全线的产品组合、市场营销实力以及创意和设计团队，全力支持这一联盟。

## 做个讲信义守道德的女人 ——记重庆市第四届道德模范王吉群

■ 杨海云 谭兴元 文 / 图

“用自己的信义守住道德底线，用自己微薄的力量帮助更多贫困孩子圆梦校园，以此回报社会，感恩社会。”重庆能源巨能川九建设公司职工家属、重庆市第四届道德模范王吉群如是说。

### 苦命女人，借钱为丈夫

今年 59 岁的王吉群是个苦命的女人，早年嫁人曾育有一女，不想 2001 年女儿在打工时突然死亡。同年 9 月，因为无法续“香火”，前夫与她离了婚。2002 年，经人介绍，王吉群嫁给了比她大 22 岁的重庆能源巨能川九公司退休职工谢启华。

“当时就有人议论，说我嫁给老谢就是为了钱，后来老谢得了癌症，病倒了，他们又担心我会抛下他，我才不是这样的人！”回想当初，王吉群有些忿忿。

相反，在得知丈夫的病病后，王吉群找邻

居借了 7000 元钱，苦口婆心地将丈夫劝进医院。“老谢骂我傻，说这病根本好不了，可我不甘心，好好的一个人，哪能看着他遭罪嘛。”

天有不测风云，偏在这时，王吉群又被医生检查出患有肾结石和胆结石。“老谢要是知道了，肯定会拒绝治疗，给他治病的钱都是借的，我绝不能凑这个热闹。”怀着这样的想法，王吉群恳求医生为他保密，她则在丈夫面前佯装没事，一旦发病就躲进厕所，一直熬到疼痛过去，平时就靠止痛药解疼。

2008 年正月初一，谢启华去世，弥留之际，除了要求不搭灵堂、不收礼金、不买坟地埋葬之外，只给王吉群留下五个字：“照顾好自己”。

### 坚持还钱，信义换真心

丈夫走了，留下 1.7 万元债务，王吉群只有小学文化，没有固定收入，左臂患关节炎，年纪又大，这笔债务该怎么办？同时，丧夫之痛让她又犯了病，恰好，老谢单位工会送来了



图为王吉群在社区打扫清洁卫生。

近 6000 元钱。王吉群本想用这钱做胆结石手术，又得知借款人谢莲琼的孩子读大学需要钱，便随即打消了动手术的念头。“别人给咱救了急，咱也得替人着想。”王吉群解释说。

为了还债，王吉群开始去捡垃圾，当天捡当天卖，后来，她发现饮料瓶的价格最高，为了能到机场候机厅拣饮料瓶，她穿上自己最漂亮的衣服，扮成旅客“混”进去。一角、一块、五块，半年后，她还上了邻居刘成明的 3000 元借款。

### 营销经典

## 怀旧营销：在消费者的回忆中洞察

在消费者的回忆中去洞察，用怀旧手段达成品牌与消费者的互动，已经成为了不少品牌的选择。

如果观察一下当前社交网络内容，会发现“怀旧”主题的内容有着稳定的回应和人群，激进的民粹主义在缅怀以前的世风；成为中坚力量的 80 后在回忆着儿时的房价；甚至年轻的 90 后也在呼喊着“幸好童年不是‘喜羊羊’”对怀旧内容做着积极的回应……99% 的消费者都会认为自己的生活不是完美的，在自我认知平衡的作用下，我们都会通过“美化回忆”的方式来平衡自己对生活的体验。

因此，在消费者的回忆中去洞察，用怀旧手段达成品牌与消费者的互动，已经成为了不少品牌的选择。下面分享几个在不同平台各有侧重怀旧营销案例，与大家一同探讨。

### 大众汽车基于怀旧的整合营销“FANWAGEN”

大众汽车为了解决其 Facebook 上粉丝过少的问题，发起了一个名为“FANWAGEN”的 Campaign，通过将其上世纪 20 年代的两款明星车型推至社交网络，号召粉丝对两款汽车进行投票（相似模式可以参考前不久的“肯德基炸鸡 PK”）、定制改装以及作品分享。而第二阶段大众决定将粉丝的定制版虚拟大众汽车实施改装生产，摇身一变成了粉丝想要的经典新车，最终作为忠实粉丝奖品送给了参与这次定制活动的资深粉丝。

整个 Campaign 以怀旧为切入点，从线上的话题讨论、粉丝的定制化参与到线下执行创造热点，最终回到网络以新闻热点形式再次传播，贯穿全程。

### 诺基亚宣传片——关于摄影的回忆

上则案例是基于怀旧的一次社交网络整合营销，而诺基亚的新宣传片则是一次单纯怀旧为手段的传播推广。  
我们知道，在智能手机战场失利后，诺基亚一直试图在手机摄影人群中找到它的突破口。在对诺基亚手机摄影优势的抽象和剥离后，“摄影→照片→怀旧”就成了一个不错的传播决策。

### 可口可乐重返中国大陆

## 陕西秦岭发电公司 举办离退休职工迎新春促发展书画展

2 月 24 日，华能陕西秦岭发电公司为老年大学举办了《迎新春促发展书画展》。精选展出了 40 多名学员的书法绘画作品 75 幅。秦岭发电公司坚持“文化养老”理念统领离退休职工的管理，创办老年大学已达 15 年。已成为 2000 多名离退休职工老有所学、老有所乐、琴棋书画、唱歌跳舞等丰富老人们文化生活的好去处。图为公司领导和职工家属们一起观看老年学员的书画作品。

特约记者 史应照 通讯员 白升前 摄影报道



国药准字 H46020636

# 快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下  
购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产  
海南快克药业总经销