

上海市推出系列措施方便市民清明祭扫

提倡错峰祭扫、高峰预约

本报讯(记者 李一能)今年清明节是4月5日(星期三),预计3月25、26日,4月1—5日为祭扫高峰时段。记者昨天从上海市民政局获悉,为做好市民清明祭扫服务保障,今年清明期间,本市将实行“延长周期、错峰引导、高峰预约”的做法,确保清明祭扫高峰平稳有序。

据悉,全市殡葬服务单位已完成祭扫接待准备工作,方便市民提前错峰祭扫。4月1、2、3、4、5日将实行预约祭扫。3月18日8时起,各公墓在微信公众号开启预约服务:其中4月1、2、3、4日提供每天6个

时段(7时至16时,每时段1.5小时)祭扫预约服务;4月5日(正清明)提供7个时段(7时至17时30分,每时段1.5小时)祭扫预约服务。其余时间无需预约即可入园祭扫。

市民可通过各经营性公墓(骨灰堂)公布的电话、微信公众号进行预约,选择祭扫日期和时段。预约成功后最多可携4位亲友同行。祭扫高峰日,预约成功者依照约定的时间,出示预约凭证入园。

根据《上海市公墓管理办法》第二十一条“禁止在公墓内燃烧锡箔、冥币、纸钱、纸扎等迷信用品和燃放烟花爆竹”的规定,为

推进殡葬改革和移风易俗,全市殡葬服务单位全面实行“无烟祭扫”,市民可通过鲜花祭扫等文明低碳方式进行祭扫。

据了解,今年本市各公墓将继续推出便民服务,包括建立完善网络祭扫平台,免费为市民提供网上祭扫服务;提供代客祭扫、人文礼仪落葬服务,举办形式多样的集体纪念活动;优化为老便民服务,完善电话预约、绿色通道等线下服务措施,为有需要的老年群体提供帮助;有条件的公墓(从3月11日至4月9日)提供轨交短驳服务。



新民随笔

大禹治水、愚公移山、精卫填海、夸父逐日……这些创世神话故事近期被人们广泛提及,在各大搜索引擎上,这些神话中的英雄人物更是成为热门词。

创世神话积淀着中华民族最深沉的精神追求,铸就了一个民族的基本文化格局。历史上,对创世神话的记载远不仅仅是文字:贺兰山的岩画有西王母像、新疆沙漠出土的千年文物中有伏羲女娲图……创世神话中的英雄形象,在朴拙中蕴蓄着别样的美感,呈现给当时人们的是种神秘的力量。

很长的一段时间里,创世神话故事虽然内容丰富,但整体保存较为零散,人们也在想着通过各种手段来丰富表达形式,像文学家茅盾在创作了诸多经典小说之余,也是我国近代神话学研究领域最早的开拓者之一,且以西方神话人类学理论来研究中国神话。

自2015年起,作为国内首个以创世神话为主题的重大文化工程,“开天辟地——中华创世神话文艺创作与文化传播工程”,对中华创世神话进行系统性的研究和梳理,从神话的角度展示了中华文明起源的面貌,填补了相关领域空白。历时7年,工程初步集聚起新时代中华创世神话故事的大IP,也成为了“讲好中国故事”的一次成功示范。

要激发创世神话在新时代的“生机”,就要找到合适的展现方式:去年12月16日,央视频道开启“来中华艺术宫 寻找你心中的中华创世英雄”直播通道,当日即创下10.6万人次同时在线观看的纪录。

平视世界的一代,也是文化自信的一代。创世神话故事的大IP如何演绎,也要让他们能够亲自参与。3月5日,中华艺术宫在0米层“中华创世神话”序厅举行了《三过家门而不入》——畅想与设计大禹的“家门”的活动,通过一场激发创意潜能的神话之旅,培养志愿精神和个人行为的社会责任感。

中华创世神话的精神和当下每个中国人息息相关,特别是对于青少年来说,读懂过去,才能更好地理解现在和未来,才能更全面地感受到中华优秀传统文化的强大感召力和鲜活生命力。

创世神话,当代「解码」

方翔

上海樱花节今起在顾村公园举办

宝山警方发布游园赏樱交通攻略

3月15日至4月15日,2023年“上海樱花节”在上海宝山顾村公园举办。宝山警方整理了最新游园赏樱交通攻略,以便市民选择最便捷的出行方式。

公共交通出行

地铁 轨道交通7号线及15号线顾村公园站,紧邻顾村公园2号门。建议市民优先从离2号门最近的5号口出站,减少镜泊湖路过街红灯等待时间,避免人车交织。出站后向西步行300余米就可到达公园2号门。

警方提示:地铁出入口会根据客流变化情况采取限流的措施,客流高峰期出站,应根据现场工作人员引导为准。

公交 顾村公园1号门(沪太路沿线)

公交线路有嘉泰线、963路、528路等。顾村公园2号门(镜泊湖路沿线)公交线路有宝山29路、1605路、527路等,其中市民乘宝山29路和1605路在镜泊湖路宝菊路站下车后,步行至路口南侧即可抵达公园2号门。

自驾出行及停车

自驾线路 除原有S7沪崇高速宝安公路出口经宝安公路至联杨路到达顾村公园3号门,南北高架、逸仙高架转S20沪太路出口前往公园线路以外,今年新增了经祁连山路隧道至镜泊湖路到达公园3号门。

车位配置 顾村公园及周边共计有3956个停车位供游客停车。顾村公园自有停车位1926个,其中1号门停车场666个、3号门停车场1260个。顾村

公园周边单位停车场泊位共2030个,其中绿地正大缤纷城1030个,华山医院1000个。当公园及周边单位停车场饱和后,请驾驶员服从民警和辅警的现场指挥,交警部门将视情开放公园周边道路的临时停车资源。

大客流限行提示 为确保赏樱游客出行有序、安全,樱花节大客流期间,宝山交警将根据S20和沪太路交通流量的增幅情况,视情对8吨以上大货车实行间歇性分流措施。此外,交警部门将在镜泊湖路(陆翔路至宝菊路)采取人工干预分流措施,镜泊湖路(陆翔路至宝菊路)机动车道、非机动车道遇大客流借道通行时,禁止机动车、非机动车东向西、西向东行驶。

本报记者 潘高峰

左手“品质服务”,右手“安心保障” 如何提振消费信心? 链家打出“组合拳”

今年“3·15”的主题是“提振消费信心”,对企业来说,如何能让消费意愿被最大激活,成为一次大考。

对此,链家给出的答案是:左手“品质服务”,右手“安心保障”,多措并举让消费者在房产交易中,无后顾之忧敢消费,消费环境优获得感强愿消费。



持续“加速度” 破除化解消费难题

在面对服务业备受诟病的客诉环节,链家也做出了示范。

为提升服务承诺及其他客诉的处理时效,2018年,链家开始打造“30124”客诉响应体系,即要求客户发起投诉后,在30分钟内快速响应,在12小时之内给予解决方案,并在24小时之内获得结案。

去年,链家成立了全国纠纷集中处理团队,全国链家的赔付都通过这个系统来统一执行,流程更加透明高效。数据显示,目前最快的一单赔付,从进线到赔付至消费者手中,仅用了2分47秒。

既有对客诉效率的提升,也有与客户的坦诚交流。每个季度链家所有业务城市都会定期举办“客户见面会”,推动管理层从客户视角感知服务现状、洞察服务问题、思考改善举措并落地。

听消费者的声音,做消费者需要的事。以“30124”和“客户见面会”为抓手,链家在客诉效率上强保障,形成客诉问题反馈、解决,进而反思倒逼服务品质提升的闭环,切实发挥客户声音指挥棒的作用。

今年,链家还对外推出“亿元安心保障金”行动,设立超亿元的赔垫付资金池,让消费者的问题能够得到快速解决与赔付,进一步提升客诉及赔付体验。

更具深远意义的是,如链家这般不断加码服务品质,全程护航房产交易安全,对全面促进消费、加快释放内需潜力、推动经济高质量发展具有更大现实意义。

“3·15”没有终点,只有不断的接力点。链家再次用事实证明:让消费者愿意消费、敢于消费、放心消费,品质和真诚是永远的“必杀技”。

37亿元赔垫付 保障支持消费安全

从首推真房源到签三方约,从安心服务承诺到“30124”客诉响应体系,21年来,链家提供的服务一直在迭代,但内核始终未变。

截至2023年2月份,全国链家已累计支付安心保障金超过37亿元,在全国范围内保障了超过25万笔房产交易的安全。这其中,仅上海链家赔垫付就超过11亿元。

表面上看,37亿元是一个巨大的金额,但实际上链家正着力推动构建一个基于品牌的信任——通过赔垫付的方式,让消费者形成“有链家在,安全就在”的认知。

对此,得益于链家安心服务承诺保障的消费者深有体会。

上海的吴先生,因卖方恶意隐瞒房屋还有其他私人借款,也没有按照约定用房款去银行还贷,且拒不履行合同,险些损失1270万元巨款。让他吃惊和感动的是,上海链家决定先行垫付给他已经支付的1270万元,并协同他向原房主发起诉讼维权。这笔垫付,也创造了链家历史上“单次交易最大金额赔

垫付”。

此外,还有买到事故房,成都链家为客户垫付185万元回购房屋;有交易不成,青岛链家协助客户两次解约并退还全部佣金;有房屋漏水影响客户居住,深圳链家上门彻底维修解决后患;有业主卷走高额定金后失联,广州链家为客户垫付定金并退还全部佣金……

市场不会辜负坚持做正确事情的企业。在艾瑞咨询2022年公布的一组国内房产经纪品牌研究数据中,根据其在全国超7000名消费者的调研数据显示:有44.6%的用户在选择居住消费时,强烈认可链家“安全的”品牌形象。这一感知度,大幅超越行业品牌均值的33.8%。

常抓+长抓 提质升级消费品质

或许正因为一开始就选择“品质为先”的路,链家才能避开浪潮起伏的喧嚣,保持做优秀的长期主义者,既捍卫了消费者的权益,又塑造了天清气朗的市场消费环境。

通过开展系统化培训、开设“博学大考”,链家多措并举提升经纪人专业水平,让服务更

专业、交易更安全、客户体验更好。面对一些备受消费者反感的“行业通病”,链家通过在企业内部设置“红黄线”制度,以“雷霆手段”加强源头管控,对侵害消费者权益的行为“零容忍”。

此外,链家还持续迭代高科技,推出实名认证的“在线签约”,保障买卖双方信息安全;推出交易流程可视化,打造从房屋核验、资质审核到网签、面签再到缴税、过户、抵押贷款等交易全流程透明服务体系;推出税费精算工具,能够支持多种交易场景及多种房屋类型的税费计算,进一步增强消费者的交易安全保障。

可以说,安全可信是保障消费者权益的基础,也是链家一直以来坚持打造的企业核心竞争力。链家COO王拥群表示:“品质是链家永远的护城河,持续提升服务品质,为安全消费加码也是链家可持续发展的关键动力。”

这既是安全、放心、满意消费的关键,也是坚持“客户至上”的深刻实践。

而以品质为底,内修外练,一系列迭代打磨服务的专业度与精细度,或许就是链家始终立于行业品牌价值前列的主因。