诚信兴商怎么兴 关键落到身边事

——上海“2014诚信兴商十件事”践行承诺第一阶段简述

■俞 忠

近年来，一些消费领域所暴露出的事件，很大一部分都是由于企业的诚信缺失所造成的，已经引起了政府和社会方方面面的高度重视。为此，上海市消费者权益保护委员会、上海市商业联合会、上海市食品安全工作委员会主动发动社会组织参与社会共治、配合政府推进诚信建设，联合本市广大行业协会、企业结合全国“诚信兴商宣传月”，推出老百姓看得见、摸得着的“十件事”，作为上海诚信建设的一项创新举措。

各方协同 携手共推

诚信是社会主义核心价值观的重要组成部分，是企业的立业之道、兴业之本，是建立市场经济秩序的基石。诚信是有经济学价值的，与企业的交易成本、交易效用、监督成本关系密切，是能够为企业带来经济效益的重要资源。

多年来，上海消费领域的诚信建设取得了积极的成效。对改善本市的商业环境和释放消费的潜力发挥了积极的作用。但仍然存在着信用缺失、道德失范、体系不全、没有形成合力等问题，有些还比较突出。比如近年来发生的各类严重侵害消费者权益的案例，一定程度上折射出少数经营者丧失诚信原则、背离道德底线、冲毁法律红线的潜在危机。因此，全社会合力推动诚信建设和保护消费安全就显得十分必要。

为此，2014年9月，市消保委、市商联会、市食安联以“诚信兴商宣传月”与“质量月”为契机，联手市食安联流通专业委员会、上海市肉类行业协会、上海市家具行业协会、上海电子产品维修服务行业协会、上海市银行同业公会、上海市保险同业公会、上海市机动车驾驶员培训行业协会、上海装饰装修行业协会、上海市旅游行业协会和一兆韦德健身管理有限公司等10个行业协会（企业）向社会推出了上海市“2014诚信兴商十件事”，向社会公开承诺：“过期食品不能卖”、“生鲜肉品可追溯”、“实木家具真姓‘实’”、“家电维修亮证件”、“健身售卡签合同”、“银行理财明卖方”、“保险销售‘十做到’”、“驾培费用合理收”、“家装推行‘质保金’”和“旅游合约讲公平”。变诚信建设各自为政为携手共推的格局，以促进讲诚信、保安全、促消费的长效机制的形成，让老百姓看得见、摸得着、感受得到消费环境的不断改善。

以点带面 扎实推进

相关行业（企业）在业内广泛宣传参与诚信承诺的意义、内涵、要求，动员和鼓励更多企业（门店）加入到“诚信兴商十件事”的承诺活动中来。如家电维修、家庭装潢行业达全覆盖；食品流通、肉类、家具、保险、旅游等行业的参与比例或参与企业的市场占有率都在70%以上。

相关行业（企业）制定了践行承诺的“路线图”和“时间表”。比如保险、家装等行业在汇总参与企业工作计划的基础上形成行业的工作方案，具有较强的操作性；食品流通行业的骨干企业都制定了有针对性的工作计划。

相关行业（企业）对外宣传，使承诺家喻户晓。家维行业通过制作宣传小册子进行发放、深入社区讲解并在主流媒体发表文章；保险行业制作统一的宣传“易拉宝”，在所有参与公司的网点摆放；肉类行业印制数万份印有承诺内容的小型张贴画送到参与品牌公司的门店；银行业通过张贴海报或利用网点的电子屏幕进行滚动宣传，扩大了承诺的影响力。

相关行业（企业）充分认识到员工是“诚信兴商”承诺落到实处的“最后一公里”，如果员工对承诺内容不理解、不支持，那么承诺就会“打折”、甚至“走样”。因此，狠抓员工知晓这个关键环节，加强相关培训。如旅游行业在确定参与范围后，即总结以往的行业诚信建设工作，通过全员专题培训，全员参与过程，打造诚信建设的升级版。

相关行业（企业）坚持、持续发力，不断提高。如联华超市全面提升食品保质期的管控能级、家乐福建立食品销售管理的检查点、沃尔玛聘请第三方加入过期食品的检查；家电维修行业建立查询持证服务的信息化系统实行动态管理；荣安等4所驾校，自我加压，增加了“先学后付”、“按时收费”的新内容等成为亮点。

措施实在 效果初显

构筑了保护消费安全的新屏障。如家维行业以“家电维修亮证件”为承诺，将一系列保障服务质量的制度和做法串联起来，通过线上、电话、二维码等验证方式，让消费者一眼就能识别谁是“李逵”，谁是“李鬼”。据统计，去年下半年有关“黑家维”的投诉，同比下降48%，实实在在保障了消费者的安全。

树立了诚信兴商的新典范。联华超市、第一食品、五丰上食等品牌公司起到了示范效应；平安保险、中国人寿等公司成为承诺示范单位；家电维修和银行等行业敢于投入，分别建立信息化系统和“双录”系统（录像、录音），为业内外监督提供了现代化的手段。

提供了深化诚信建设的新抓手。如旅游行业与业内会员单位星级评价相结合，食品流通行业与认定食品安全示范企业相结合，肉类行业与建立品牌企业诚信档案工作相结合，银行同业公会与“五承诺”、“两倡议”，创设行业敬老爱老服务品牌相结合，驾培行业与连续8年开展的全行业教学竞赛、教练员诚信道德再培训相结合，家具行业与落实地方性行规行约相结合，与其他工作形成了良性互动，践行效果得到了提高。

傲世而来 越你所想

——全面解析东风悦达起亚KX3

2015年3月12日，东风悦达起亚全新SUV力作KX3在郑州跃然上市，售价区间为11.28~18.68万元，提供1.6L、2.0L、1.6T三种排量车型共计9款车型。为充分满足中国年轻消费者的个性化选择，KX3除提供透明白、钛银色、极光黑、流光银、琥珀棕、梦幻蓝、牡丹红7款单色车型外，还提供青花瓷与丹墨色两款双色车型。搭配黑色、黑米、黑棕三种内饰颜色，全面满足消费者的多元化需求。

前瞻设计 引领未来潮流

作为世界三大汽车设计师之一彼得·希瑞尔的最新作品，独辟蹊径的KX3带来一场对SUV设计的革新。KX3以Unique（独特的）、Dynamic（动感的）、Valuable（有价值的）为设计原则，以其魅力设计，演绎出中国新生代的都市生活形象。

KX3承袭“DESIGN KIA”设计理念之精髓，突破简约直线设计美学，以流畅自如的线条语言，勾勒出时尚、动感的车身设计。KX3前脸造型尽显圆润、饱满、大气，起亚虎啸式家族前脸在KX3身上得到继承，并突破性地与LED日间行车灯形成连贯设计，形成极具个性的一体型虎啸式前中网。犀利的HID氙气大灯将引擎盖两侧凸起，为前脸造型增加了更多力量感。保险杠由黑色喷涂和银色护板组合而成，也凸显出了KX3作为SUV其性格中野性的一面。车身侧面腰线设计突破固有思维，以顺畅的线条和平面一气呵成，让整体造型更显简洁、自然。更加引人关注的，则是KX3的双色外观车型，红黑、蓝白两种双色外观，为注重时尚与追求个性的消费者带来了更加多元的选择，将成为KX3的独特标志。

强劲动力 体验驾驭激情

KX3提供1.6L、2.0L及1.6T三种发动机车型，兼具高性能、低油耗与低噪音的优势。其中，1.6L Gamma及2.0L NU两款自然吸气发动机车型，搭配6速手动/手自一体变速器，动力性能在该级别中处于领先地位。而更让人心潮澎湃的，则是KX3的T动力车型，搭载1.6T-GDI涡轮增压发动机，最大功率达160 Ps，最大扭矩达250 N·m，加速平稳，涡轮介入十分自然顺畅；与之匹配的7速双离合手自一体变速器，还通过无缝式换挡让强劲动力尽显无余。两者的强强联合，能为那些追求驾驭激情的消费者带来更多驾驶乐趣。

KX3的越野性能也同样不容小觑，其智能四驱车型，加之全车系190mm离地间隙，让其具有优异的通过性，从容应对更为复杂的野外路况，满足了新生代多样化的出行需求。

安全典范 未来保驾护航

KX3基于C-NCAP五星标准打造，大幅使用超高张力钢板，打造出超高刚性车身。超高张力钢板具有轻质地、高强度与高韧性的特点，并在KX3车身侧面、车顶等易于碰撞部位进行了强化分布，让其在安全保护方面更胜一筹。

在主动安全系统方面，KX3也具有卓越表现。自动除雾、电加热/自动防眩目后视镜、VDC（车身动态稳定控制系统）、HAC（上坡辅助系统）、DBC（下坡辅助系统）等该级别车型少有的安全配置，让KX3在应对复杂天气及路况时都更加自如，为驾乘者带来周到的安全保障。此外，KX3还具备超越同级的6方位安全气囊，带来全方位的安全保护。

宽适空间 驾享自由乐趣

KX3车身长4270mm/宽1,780mm/高1,630mm，2,590mm轴距在同级别中更具优势。更加值得称赞的，则是KX3对内部空间的优化利用。其通过对车舱空间分配及座椅位置进行优化调整，让前排及后排空间达到最佳利用状态，带来更好的乘坐感。此外，KX3后排座椅经过折叠后所打造出的规整储物空间，可容纳更多的大件物品；同时，还可实现6:4折叠，让空间更具柔性，满足多样化的乘坐及储物需求。

KX3所配备的全景天窗尺寸比同级车更大，所释放的自然光源能照及到车内的每一处空间。一键启动、智能钥匙、7英寸导航加UVO车载信息系统，与方向盘加热、定速巡航、中控台向驾驶者倾斜等人性化设计，都体现出KX3在追求驾驶员操控体验方面的努力。真皮座椅尽显质感，前排座椅更带有电动通风与加热功能，加之同级别车型少有的后排空调出风口、离子净化器等丰富配置，大幅提升了KX3的乘坐舒适性。