

企业信用越好 中标机会越多

福建厦门积极建立园林绿化企业信用评价、守信激励、失信惩戒等信用管理制度,加强事中事后监管,维护市场公平竞争秩序

□ 吴海奎

根据厦门市市政园林局发布的通知,2020年厦门市园林绿化施工企业信用评价工作将从明日开始,企业网上注册申报的时间为5月12日~27日。“守信激励、失信惩戒”,企业最终的信用评价等级,将与企业在厦门市场的发展空间息息相关。

为何要开展园林绿化施工企业信用评价工作;如何评价;评价结果将如何运用?

营造公平竞争环境 促进行业健康发展

2017年3月,国务院对《城市绿化条例》进行修改,取消了园林绿化施工企业的资质限制。原有的“资质管理+常规监督”模式被打破后,需要建立一套符合实际情况的监管新模式。

厦门作为经济特区,勇于探索,先行先试,创新城市园林绿化市场管理方式,作为被住建部列为园林行业市场创新管

理的五个试点城市之一,厦门积极建立园林绿化企业信用评价、守信激励、失信惩戒等信用管理制度,加强事中事后监管,维护市场公平竞争秩序。

厦门市市政园林局、市园林绿化工程质量站相关负责人说,一般情况下,厦门园林绿化施工企业信用评价每年进行一次,分数也每年清零,主要评价企业在上一年度的市场表现,要想提高信用分和信用等级,关键在平时就要严把工程质量关、做好安全文明施工、体现良好的市场行为等。信用评价把“现场”和“市场”结合起来,企业现场工程做得好,将来在市场上就有更大的发展空间,这也倒逼企业提高自我约束能力,严格按照合同、按规范做事。

业内人士认为,信用评价体系建立后,不再是“资质定终身”,中小企业只要踏踏实实、精益求精做好工程,完全可以在同大企业的竞争中脱颖而出,而大企业也不再凭资质“一劳永逸”,假如在施工过程中弄

虚作假、敷衍了事,一样会掉队甚至被淘汰。

“能上能下的公平竞争机制,将进一步激发企业的活力,推动行业健康发展,也有助于厦门园林绿化水平的提升。”业内人士表示。

企业线上申报 信息将接受严格审核

厦门园林绿化施工企业信用评价主要依据厦门市市政园林局制定的《厦门市园林绿化施工企业信用评价实施办法(修订)》(以下简称《办法》)实施。根据《办法》,园林绿化施工企业信用评价由企业履约能力评价(40分)、企业良好行为评价(20分)和企业不良行为评价(40分)三部分组成,总分100分。

今年4月,在新一轮信用评价开始前,厦门市市政园林局组织了园林绿化施工企业信用评价实施办法宣贯培训,进一步提升企业对信用评价工作及操作流程的认识。

为了让企业申报人“多走

网路少走马路”,信用评价的材料全部通过网上递交。当然,企业要对材料的真实性负责,厦门市市政园林局将进行双随机抽查,如发现企业提供虚假信息或虚报、瞒报企业信用信息的,一经查实,将撤销原信用评价等级,禁止其参加下一周期信用评价。

企业申报结束后,将进入信息审核阶段。为确保信息审核的公正、公平、公开,厦门市市政园林局将委托第三方信用服务机构对企业申报的信息进行全面审核。在信用评价过程中,还将引入公证机构、行业协会等社会监督。

信息审核结束后,评价系统将自动生成分数和排名。排名前50名的企业信用评价等级为A级,表示信用优秀;排名51至150名的企业信用评价等级为BB+级,表示信用较好;排名倒数50名的企业信用评价等级为C级,表示信用有待提升;其余企业信用评价等级为BB-级,表示信用一般。如实际参

评的企业不足200家,则保持A级和C级企业数量不变。

信用评价结果初步公示后,企业如有异议,也可以提出申诉。厦门市市政园林局将专门召开会议,对一些重大疑难问题和企业申诉的问题,进行集体研究、讨论、决定,确保评价结果经得起考验。

与招投标挂钩 实行差别化监管

信用评价结果,将成为企业在厦门拓展市场的重要影响因素。

《办法》明确规定,在厦门行政区域内,按照相关规定必须招标的且单独发包的园林绿化工程,招标人应当根据厦门市市政园林局最新发布的厦门市园林绿化施工企业信用评价等级为A级作为实质性要求。通俗地讲,信用评级越高的企业,能参与投标的园林绿化工程造价也越高,发展前景也就越好,而被列入“黑名单”的企业,则可能被拒绝参与投标。

此外,监管职能部门将根据企业的信用评价等级,实行差别化监管。监管分为绿色、蓝色、黄色、红色四种监管类别。比如,绿色监管适用于信用评价等级为A级的企业,将实行信用激励机制,以支持发展为主,鼓励其做大、做强、创优,实施简化监督和较低频率的日常检查,在评比表彰、特定项目选择上,予以优先推荐。而红色监管适用于信用评价等级为C级的企业,将实施行业重点监管和高频率的日常检查,列为专项检查的重点对象。

舆情参考

名人直播带货 更要爱惜羽毛

□ 岁正阳

“五一”假期的最后一天,吉林省集安市委书记杨文慧走进拼多多直播,与集安籍导演、演员大鹏视频连线,一起推介冰葡萄酒、人参、蜂蜜等集安特产。持续一天的直播累计吸引81万拼多多网友观看,共计销售集安特产超过43万元,集安冰葡萄酒的搜索量环比上涨156%。

前两年兴起的网络直播销售,在今年疫情期间“意外”得到爆发式增长。为克服疫情造成的传统销售渠道阻滞,特别是为解决农产品滞销难题,不少地方与电商平台合作,通过网络直播形式推介各类商品,带货效果十分突出。尤其是随着直播带货模式持续发展,直播带货出现了一种更加精准、更接地气的方式——名人参与自己家乡举行的直播销售活动,为自己家乡的商品、特产直播带货。

《中国青年报》发表的评论表示,与一般的名人直播带货相比,名人直播为自己的家乡带货,相当于用自己生于斯长于斯的经历,为自己作为家乡产品代言人的身份作证,用自己对家乡父老的特殊感情,为自己所代言的家乡产品背书,因而具有更强的权威性和感染力,能产生更强的公信力和说服力。

但是,名人带货稍有一丝被消费者认为的“瑕疵”,影响就是巨大的。近日,罗永浩直播带货火爆全网,他所推荐

的25个产品中,小龙虾销量第一。但有陆续收到货的一些网友发现,小龙虾胀袋无法食用,随即罗永浩在微博上回应,产品如有问题可联络客服人员。律师指出,罗永浩作为直播带货主播,在网上直播带货属于销售行为,如果产品有瑕疵,作为销售主体,有义务赔偿消费者损失。

对此,央广网发表的评论表示,名人直播带货并非“有名就行”。名人必须爱惜羽毛,对自己所带的货负责。商品有问题,消费者当然有权向主播索赔。需要指出,强调主播尤其名人责任,并不是要打压带货这个行业,而是希望这个行业发展得更好。

相对于一般的主播,名人带货有着天然优势,自身具有粉丝资源。相应地,名人直播为自己家乡带货,要有更严格的自我约束和更大的责任担当。“正因为名人为家乡带货更有公信力和说服力,名人更需要谨慎、节制地运用这种‘权利’,对家乡产品的推介一定要实事求是,有一说一,既不溢美,也不隐恶,更不能抱着做‘一锤子买卖’的心态,只图让网友掏钱买了家乡的东西就了事。”

人民网发表的评论认为,名人直播为家乡带货如果出了问题,其后果只会比一般直播带货更严重——不但会损害网友(消费者)的权益,损害名人自身的公信力和形象,还会对名人家乡的声誉和父老乡亲的切身利益造成伤害。

地方资讯

全国信易贷平台(广州站)上线启动

本报讯 记者刘梦雨报道 为破解中小企业融资难、融资贵问题,近日,全国中小企业融资综合信用服务平台(广州站)[以下简称“全国信易贷平台(广州站)"]上线启动。

据悉,“信易贷”平台落地广州,是广州市继“信用助企打赢疫情防控阻击战”的若干措施后,再次推出的一项服务中小微企业、助力企业复工复产的重要举措,可望解决中小企业信用信息不对称、碎片化等痛点、难点,以信用撬动金融资源,提高信用状况良好中小企业的信用评分和贷款可得性,促进金融机构更好地服务本地企业,更好地支撑实体经济发展和优化广州市营商环境。

下一步,全国信易贷平台(广州站)将按照“政府引导、市场运作、安全可控”的运营思路,强化金融科技赋能,以“信用+科技+普惠金融”为特色,建立以信用为纽带的新型综合金融服务机制,依托大数据、云计算、区块链等新一代信息技术,坚持“市场导向、联动导向”,统筹信用数据资源,推动金融机构、第三方信用服务机构、政府部门等各类主体信用信息共享,发挥信用信息应用价值,以信用撬动金融资源,引导金融“活水”更精准地流向实体经济。

江苏南通启动家政服务信用体系建设

本报讯 近日,《南通市家政服务信用体系建设实施方案》(以下简称“方案”)出台。南通市将根据该方案明确的几项任务,依托南通家政信用平台,通过3年时间完成6000名家政服务员和60家家政企业在平台建立信用记录,培训家政服务人员1万人次,让广大人民群众享受到更加便捷、优质、放心的家政服务。

据介绍,方案以构建信用为基础的家政信用管理体系为目标,以推进信用记录制度化为重点,借助中央、省专项发展资金引导,推动各地将大型家政企业及家政服务员信用信息纳入商务部业务系统统一平台管理,逐步建立家政服务市场主体信用记录。

(刘璐)



宁夏:直播带货促消费

日前,宁夏启动“缤纷塞上 惠民乐购”消费季活动,通过发放消费券、打折满减、积分送礼等措施,让利消费者。图为企业工作人员直播推介宁夏特色产品亚麻籽油。

李佩珊 摄

诚信故事

撤店商家主动退钱:“良心债不能欠”

对于主动退款一事,消费者比商家激动,认为这是诚信之举而且难能可贵

□ 于雅坤 赵安琪

“原来店撤了,还是可以给退钱的。”5月8日,大连市民寇女士收到子小火锅老板通过微信发来的退款后,在微信爆料平台中这样写道。在同一天,有网友通过微博爆料,开发区一家美发店在闭店之前,也陆续通知会员,退还了尚未消费的预付款。火锅店老板表示,“预付款,本来就不是我的”,美发店老板则说,“良心债不能欠”。

火锅店闭店主动退还会员储值余额

5月8日,市民寇女士来到车家村附近的子小火锅准备就餐,却发现到门口已经不知何时贴上了停业撤店的通知。通知上写明会员余额可以到另外一家店进行消费或者办理退款。

按照通知上留的电话,寇女士联系了店老板,她坦言,在电话打出去前,自己其实已经做好了不予退款,只会让到另外一家店进行消费的准

备。然而店老板并没有什么托词,加了寇女士微信后,核对完信息就将余额退还了回来,前后没超过10分钟。“没想到店撤了,还是有商家会给退还余额的,而且退得如此痛快迅速。”寇女士在收到钱后很是感慨。

美发店在退款同时 还向顾客表达了歉意

而在同一天,有网友通过微博爆料了开发区一美发店的类似之举,其贴出的聊天截图显示,收到了美发店退回来的80元预付余额,对方还留言“谢谢你们”。

事实上在4月份,这家美发店已经开始着手为会员办理退款,有的会员是在消费过程中被告知要闭店直接办理退款,有的是接到了店老板的闭店通知加了微信收到退款。退款中不乏800多元、500多元的大额,也有二三十元这样的小额。

多位会员与店家的对话记

录显示,这位美发店店主不但主动给退了款,还为自己没有坚持下去,辜负了信任表示歉意,而会员则表示等再开业时还会去光顾。

“预付款本身就不是我的”

5月8日晚,在分别与两位店老板取得了联系后,火锅店老板孙先生说,这家店去年7月才开张,原本生意不错,会员发展了四五百人,然而受疫情影响,客源下降,但是房租成本还在,在权衡之后做出了闭店之举。

“店还没有撤,已经退了2万元左右的预付款,等正式闭店的时候会电话通知那些尚未得到消息的顾客。”孙先生说。

对于顾客寇女士为他的诚信之举点赞一事,孙先生表示,“预付款本身就不是我的,店撤了,把顾客的钱给退了,本身就是应该做的”。

美发店老板刘力刚做出闭店选择也是来自房租的压力,他表示,自己原本签了3

年的租房合同,为了缓解房租压力,他又招了个美妆店主来分摊,然而春节过后美妆店主退出了,独自承担房租让他有些吃不消,进行了两个月的招租未果后,他最终作出了闭店的决定,并着手给顾客退款,“良心债不能欠。”刘力刚说。

在刘力刚的会员账簿上,如今大多数已经画钩标注上“结无”,他表示,180多个会员,退了大概3万元左右,眼下还有不到1000元因为联系不上会员尚未办理退款。“距离正式闭店还有一个月的时间,希望能把剩余的这些处理好。”他说。

事实上,对于主动退款一事,消费者比商家激动,认为这是诚信之举而且难能可贵。而从两位商家的言辞中不难发现,他们认为应退、该退,不退反而不正常。同时两位商家也表示,今年受疫情影响,确实生意艰难,但是这并不应该成为坑害顾客的理由。“越艰难越应该守住本心”。

两位商家表示,今年受疫情影响,确实生意艰难,但是这并不应该成为坑害顾客的理由。“越艰难越应该守住本心”。