

# 涉法上访案件增多的原因及对策

□ 熊艳萍

## ■ 执政为民

近年来涉法上访案件有明显增加的趋势,笔者认为有必要对涉法上访案件增多的原因进行分析,以便制定切实可行的对策,减少涉法上访案件的发生。

### 涉法上访案件增多的原因

涉法上访案件增多的原因较为复杂,概括起来,笔者认为主要有5个:一是办案人员因素。有的办案人员责任心不强、业务水平不高,案件久拖不决,或草草结案,经不起历史检验。二是办案机关意见分歧所致。在司法实践中,公、检、法三机关有时对一些案件的认识、

观点、意见不一致,以至在对案件的认定、处理上存在偏差,当事人不理解,产生误解。三是政法机关个别领导对信访工作思想认识不到位所致。公、检、法三机关有的同志不重视信访工作,没有把信访工作摆在总体工作的重要位置。不但信访部门人力严重不足、设施匮乏,而且安排在信访部门的人员法律专业水平不一,应对能力不强。四是个别办案机关、信访部门责任心不强所致。五是上访人员个人原因。有的上访人法律意识淡薄,对依法信访认识不清,只信“访”不信“法”。

### 减少涉法上访的对策

一是要加强法律普及、宣传

和教育工作,增强公民的法律意识。接待人员要耐心细致地向上访人讲解法律知识,使其消除不正确的非理性上访意识。如果无理取闹、严重扰乱党政机关、政法部门工作秩序,违法情节严重,将依法追究刑事责任。

二是办案人要增强处理涉法上访案件的责任感,牢固树立司法为民的思想,在提高政治素质的同时还要提高自身的业务水平,改进工作方法。办案人员要增强抗干扰能力,抵制住亲情、友情、爱情及权、钱、色的诱惑,不办关系案、人情案,秉公执法,严格依法办案,减少或杜绝绝对判、错判。

三是政法机关领导要提高认识,时刻清醒认识做好涉法上访案件处理工作,是事关改革发展稳定大局、事关国家长治久安的大事。司法为民是“执政为民”在司法工作中的具体落实,是关乎党群关系和党的执政地位的重大政治问题,切实纠正重办案、轻信访的司法偏向,要将政治素质强、业务水平高、应变能力强的法律人才充实到信访部门,改善信访接待场所的办公条件、配备必要的设施,为上访人提供良好的接待环境。

四是应建立“大信访处理机制”,接受党委领导,统一协调司法部门间的涉法信访工作。尤其在上访涉法重大、集体访问问题上,应充分发挥调度、交办、转

办、督办、协调处理、责任追究建议等项职能,促进齐抓共管大信访格局的形成。

五是应建立控源治本的长效涉法上访工作机制。政法机关应把责任人、责任部门、信访人员履行职责的情况列入岗位目标考核管理中,奖优罚劣,增强相关人员的责任心,确保责任人把问题解决在基层,从而保证涉法上访问题早发现、早处理、早结案、早息访。应将律师参与涉法上访接待处理纳入工作日程,以帮助那些权益受到侵害的弱势群体依法维权。还可以建立领导包案、领导接待日、联合接访、纪检监察部门介入等等长效工作机制,多管齐下,减少涉法上访案件的发生。

## 设计个性 “冰淇淋”密码

好心情能为布满乌云的天空带来阳光,能为单调漫长的大路撒播花香。而年轻的女孩子们往往心思细腻敏感,既容易因为一朵小花的绽放而灿烂,也容易因为一首忧伤的歌曲而情绪低落。女孩儿的心思很难猜,可是LG总能从细节出发,继“巧克力”手机温柔融化时尚女孩儿心思之后,最近推出的“冰淇淋”手机(KF350)又以甜美可爱的设计点亮女生好心情,让她们欲罢不能。

“冰淇淋”手机最大的亮点在于它创意十足的外屏设计。就像服装设计师们喜欢在白色的T恤上增加艺术感十足的涂鸦,以此来彰显时尚而个性的自我表达,LG“冰淇淋”粉嫩的纯色外屏也不是一件普通的外衣。它的外屏暗含多种心情密码,让每个女孩子都能根据自己的喜好进行设置。闪亮心情,一点就知!

“冰淇淋”手机的外屏由上、下两部分组成,避免了大面积同色系涂装的单调。上部是和机身一色的浓郁烤漆,使冰淇淋表里都散发浓郁甜美的味道。下半部则将细密的3D花纹纹到镜面之中,晶莹剔透,从不同的角度看都有迷人的视觉效果。更让人觉得神来一笔的是上下部分割线,中间暗藏LED呼吸灯,手机开合的时候,灯光的闪烁如同少女明快的呼吸让人心动。

除此之外,在“冰淇淋”手机外屏的上半部分,暗藏了115颗LED闪灯。“冰淇淋”已经预先为用户设置了多款图像,如笑脸、桃心、数字、蝴蝶、小狗等等,这些可爱的图案作为来电、信息、时间等功能提示,打破了常规单调、无趣的操作模式,让女孩们禁不住惊呼LG设计团队的用心创意。不过活泼的可爱女孩子们还不满足于此,若能利用“冰淇淋”所提供的这些符号,设计自己独一无二“冰淇淋”密码,岂不是更有乐趣?

当然对于女孩们的心思,LG手机的设计师早已猜到。事实上,“冰淇淋”手机外部闪灯的7种状态共有10组样式可供选择,自由组合变换多样,只有你想不到的,没有“冰淇淋”办不到的。若是爽朗明快的女孩儿,将来电的闪灯设置成自己朋友的号码,就能清楚迅速地知道来电人的身份;若是调皮可爱的女生,可以把未接来电的符号设置成撇嘴的表情,没能及时接到喜欢的人打来的电话真是遗憾;早上贪睡的女孩子把闹钟闪灯设为玫瑰花,让玫瑰的清香给你起床后的好心情;播放MP3的时候,闪动的糖果形LED灯也让你心里充满甜蜜……此外,你还可以设置呼吸灯的样式,让“玫瑰”伴着“心跳式”的灯光逐一开放,让“汽车”在“俱乐部的灯光”中奔驰,让“皇冠”慢慢“扩散”,带给你大大的惊喜……

如果你觉得“冰淇淋”的这些符号仍然不够过瘾,那么就在“冰淇淋”上DIY属于你自己的符号吧。把闹钟的符号写成“开心”,使自己每天都能开开心心地迎接朝阳;也可以把自己的名字写在“冰淇淋”上,让它完全全属于自己;还可以用温顺的小猫等图案作为闺蜜的来电显示,看到屏幕上的小猫一闪一闪,就仿佛看到了闺蜜拨打电话时可爱的眼神。当然,把自己的座右铭写到开机或关机时候的屏幕上,也是时下非常流行的做法。开合手机之间,就给自己鼓劲加油,让每一天都充实美好。“冰淇淋”提供给你最特别的表现方式,你把喜怒哀乐全部写在手机上,它就与你“心心相印”。

此外,“冰淇淋”手机强大的MP3功能和外屏的LED灯光交相辉映,为女孩子们打开一个全新的视觉和听觉世界。在播放音乐时,“冰淇淋”手机提供9种外部灯光样式。喜欢轻柔浪漫音乐的女孩子可以在享受音乐的同时,欣赏雨滴式的LED灯光“伴舞”,喜欢时尚动感曲风的女生们也可以边唱边跳“迪斯科”的闪灯为你带来逼真的舞厅感受…… (小王)



## “巧克力”、“冰淇淋”和“曲奇” ——从产品命名看LG市场策略

受全球金融危机影响,以诺基亚、摩托罗拉、索尼爱立信为代表的手机厂商销量急剧下跌,市场占有率明显萎缩。而在其他竞争对手状态低迷之时,LG却出奇制胜,在2008年取得了骄人业绩。除实现了当年1亿部手机的年度销售目标以外,LG更如愿超越摩托罗拉,登上全球第三大手机宝座。

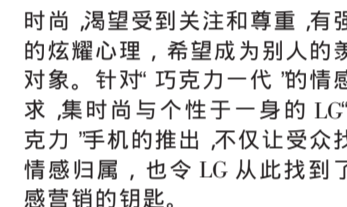
进入依然萧条的2009年,LG手机强劲增长之势依然未减。2008年全球热销机型“冰淇淋”手机(KF350)以及“曲奇”手机(KP500)等在年初再度捷报频传。据最新消息,截至3月17日,LG“曲奇”手机在上市5个月,销售量即突破百万大关,而在消费者日趋挑剔的中国市场,“曲奇”手机在上市12周内市场份额成为触屏手机领域以及该价格段中市场份额增长最快的产品之一。而另一款受到年轻时尚女孩追捧的“冰淇淋”手机更是连续出现断货,创造了通讯行业金融危机背景下的销售奇迹。在LG手机迅速崛起的背后,成功的情感营销战略是其秘而不宣的杀手锏,充当着LG差异化战略与大众市场相结合的润滑剂。

自2006年以来,LG电子一直以实现创新突破和差异化竞争优势为核心,成功地建立起自己行业领导者地位。LG前瞻性地意识到创新性的产品功能以及引领潮流的时尚设计是赢得消费者青睐的根本,而如真想真正促成消费,就必须与他们在情感层面建立“亲密”关系,使产品和品牌成为消费者的“心灵挚友”。

为了率先建立这种独具“亲密感”的客户价值,LG从产品命名入手,致力于与消费者之间建立起情感沟通的纽带。无论是“巧克力”、“冰淇淋”还是“曲奇”,LG手机产品的命名都着力于打造时尚、活力、个性的情感氛围,与消费者在情感上产生共鸣。在这种情况下,LG手机的独特命名,已然成为解析消费者心灵的情感密码。

洞察消费者心理需求,打造情感共鸣点 美国广告理论专家T.Schwartz曾经提出,成功的品牌塑造一定是与目标受众(消费者)产生了共鸣,让消费者(受众)唤起并激发其内心深处的情感。而它超薄的机身、线条分明的时尚设计,则将消费者追求个性且富有内涵的性格特点充分展现。

一个消费者,对品牌从陌生到认识,到喜欢,继而认同接受,并不是自然形成的,它需要从品牌、产品以及消费者层面进行长时间的培养。无论是“巧克力”、“冰淇淋”还是“曲奇”,LG通过对不同消费者个性、心理以及喜好等多方面



时尚,渴望受到关注和尊重,有强烈的炫耀心理,希望成为别人的羡慕对象。针对“巧克力一代”的情感需求,集时尚与个性于一身的LG“巧克力”手机的推出,不仅让受众找到情感归属,也令LG从此找到了情感营销的钥匙。

2008年,LG推出的“冰淇淋”手机,依靠可爱粉嫩的造型、甜蜜幸福的文字以及3D的代言,准确地将甜蜜、时尚、可爱、幸福的产品形象播撒在少女女心中,在各大卖场掀起了抢购热潮。而最近备受关注的“曲奇”手机则体现了LG对型男型女心理需求的准确把握。之所以命名为“曲奇”,是因为这款手机从外形到触屏界面的设计所融入的是当下潮流感最强的元素,就如曲奇饼干一样,人见人爱;另外LG也希望通过此产品让普通消费者都能体验到触屏的乐趣。正如曲奇饼干一样,令每个人都能够轻而易举地品尝到它的美味。当今的潮流型男型女所追求的时尚、个性均被“曲奇”手机“马上进入自由触控新时代”的概念所延展,实现了由功能传达向自由个性生活方式的清晰指向。

形神合一,塑造LG品牌特色 如果说“巧克力”、“冰淇淋”、“曲奇”这些琅琅上口的名称代表了LG手机时尚、活力、向上的神韵,那么,产品本身的功能特点则代表了手机的形态表现。只有形神兼备的产品,才能真正获得消费者的认可。从最早的“巧克力”开始,LG手机时尚唯美的外形及其独特的产品功能,就与它别具匠心的名称一样,征服了消费者的心。LG“巧克力”手机以高贵的钢琴黑材质精工制造,光泽动人,配合上那一抹即红的动态显示触控键,更是带给人如同巧克力般浓郁魅惑的惊喜。

随后推出的“冰淇淋”手机则以甜美可爱的风情打动了消费者。粉嫩机身覆以烤漆工艺后更透出光泽,细腻圆润的感觉让人爱不释手;“薄荷”、“嫩白”、“香草”和淡蓝色的“薄荷”等多种的颜色,让不同个性的“冰淇淋”手机成为不同性格“冰淇淋”女孩个性的代表。

在消费者心中,“曲奇”对他们来说代表的更是一种流行、一种时尚,一种追求自由、追求个性的自我表述。“咖啡曲奇”以及“草莓曲奇”两款颜色的推出,则带给消费者更多选择与展示个性的空间。作为当下最为流行的简约主义风格的代表作,“曲奇”英寸超宽屏幕则带给消费者更多手指舒展的空间。而它超薄的机身、线条分明的时尚设计,则将消费者追求个性且富有内涵的性格特点充分展现。

一个消费者,对品牌从陌生到认识,到喜欢,继而认同接受,并不是自然形成的,它需要从品牌、产品以及消费者层面进行长时间的培养。无论是“巧克力”、“冰淇淋”还是“曲奇”,LG通过对不同消费者个性、心理以及喜好等多方面

## 物超所值: LG KM330 试用体验

追逐时尚、乐趣、个性是年轻潮流达人生活中不变的旋律,而这个旋律的一个主音调就是对于娱乐生活的永不将就。从CD机到MP3,从胶片机到数码相机,从单纯的娱乐到视觉、听觉的双重享受,他们追求的不仅是对娱乐设备升级的不断要求,更是对娱乐品质生活的不断向往。娱乐达人时期待有一款综合素质超强的多媒体娱乐装备,能够随时随地填充他们的娱乐生活。

24岁的苏菲给出的答案是,LG最新推出的娱乐多媒体手机KM330完全实现了她的小小娱乐梦想。融入领先的3D环绕立体声和320万像素摄像头,同时搭载了充满个性的LED韵律闪光灯,LG KM330不仅多媒体品质出众,酷炫的设计还能充分展现自己的个性。除此之外,KM330适宜的价格,让随时娱乐不再是一种奢侈,而是一种触手可及的享受。

炫酷体验先“尝”为快 在朋友的眼里苏菲是一个率性、感性、活泼的女孩儿,她喜欢不断追求时尚、好玩、新奇的事物,这款LG KM330娱乐手机在上市前,她在网上已经关注了一段时间,上市的第一天就将其买回家,抢先体验它的无限动感乐趣。

由于前期对这款手机新鲜好玩的设计已有所了解,苏菲拿到KM330后的第一时间就开始调试她最爱的LED韵律闪光灯,把来电、短信、闹钟、未接来电、关机、关机、时间通知等9种状态设定成不同



今年年初3G牌照的正式发放和三大运营商3G服务标准的明确,为在金融寒冬中踌躇不前的移动通信市场注入一针强心剂。与此同时,三大运营商也紧锣密鼓地加速网络建设,到目前为止,移动、联通、电信已基本完成在中国一线以及二线城市的网络布局,并计划在今年之前完成从城市到乡镇的全面覆盖,完善的3G网络为消费者享受全面3G生活提供了关键的支持。除了网络建设的逐渐成熟,运营商更出台了多种类型的补贴政策,打出了诱人的资费套餐,并宣称3G时代的资费将比2G时代更便宜。在此基础上,各大运营商还打出“三不政策”,即用户无需改号、换卡、登记,只需更换一台支持3G网络的手机便可随时随地享受移动互联网的乐趣。几大举措,为消费者从2G时代向3G时代过渡提供了强有力的支持。

除了运营商加快了3G发展的步伐,手机终端巨头们拼抢3G的脚步声也越来越清晰,纷纷联手运营商量身定制不同特点的3G产品,成熟且多元化的终端支持,将真正催生3G消费市场。而作为全球前三大手机厂商的LG,无疑是整个3G发展推进过程中表现最为积极的终端厂商,凭借其在全球3G领域的绝对领先技术优势以及丰富的增值服务经验参与中国3G市场的发展。

事实上,LG近几年成长速度令人侧目,2008年手机销量超过1亿部,成功超越摩托罗拉与索尼爱立信,

的灯光效果,尤其是在手机静音的情况下,无论是接收来电、短信或其它功能操作,苏菲可以根据手机发出的灯光变化,轻松辨认手机状态。动态的LED韵律闪光灯除了可以帮助苏菲实现更便捷的日常操作外,还为她带来了诸多的操作乐趣。跳跃的灯光伴随着操作指令的变化而不同,无论是波浪还是圆点,KM330发出的动态闪光点,为苏菲增添了许多娱乐光彩。

除了极富创意的LED闪光灯,KM330时尚金属机身设计也颇为苏菲喜爱。这款手机融入了现代工艺灵感,直板机型显得简洁优雅,符合人性设计的108.2x47.2x13.8毫米超薄机身,完美诠释了苏菲的个性以及她的潮流品味。

好音乐先听为快 硬件是手机的“心脏”,对于手机品质有着至关重要的影响。而市场上尽管许多手机都标榜音乐功能,但是由于音乐硬件质量不高,往往成为用户享受高品质音乐的阻碍。作为全球手机三强之一的LG,一直致力于为消费者提供最出色的音乐体验,曾经在2008年携手世界著名调音大师马克·李文森打造了LG音乐手机平台,为音乐手机树立了新的标杆。

对于KM330,LG更加延续了其品质音乐缔造者的形象,为手机配备了双扬声器,无论是独自欣赏,还是与朋友们分享,苏菲都经常禁不住为它的出色音质而惊叹。同时,KM330内置的3D立体环绕音效,让苏菲每次聆听音乐的时候,都能远离外界的声音干扰,仿佛置身纯净的立体音乐空间,享受音乐的纯粹和美好。多种音色的均衡模式,彰显KM330在处理音乐方面更加专业的水准,使每一种音乐都能以最真

实的情感流淌。

为了方便音乐发烧友能够快速打开音乐列表,直接进入MP3音乐模式,LG在KM330的手机导航键上设置了音乐控制快捷键,苏菲仅需轻轻一按,就能立即置身在音乐殿堂里,方便的切换让苏菲充分感受到了LG人性化的设计理念。除此之外,手机8GB的micro SD存储扩展更是让苏菲的音乐下载随心所欲,再也不用斤斤计较可怜的音乐空间,再也不用为喜欢的歌曲排队,只要喜欢,苏菲就将它们统统存储进来,想听就听。别看KM330的外观小巧,但是蕴藏的巨大音乐能量绝对让人不可小觑。除此之外,KM330还支持FM收音机,如果听厌了手机里下载的音乐,苏菲只要选择FM收音机功能,便能随时随地尽享新鲜资讯,帮助时尚脚步和社会脉搏,让生活乐趣无限放大。

娱乐功能全面开花的KM330并不止步于它出色的音乐功能,它更为广大娱乐达人提供了丰富的影像功能。KM330随机搭载了320万像素摄像头,并支持自动对焦,无论怎么拍都能获取最自然的拍摄效果。除此之外,KM330所配置的240x320像素QVGA显示屏,成像效果非常清晰,每次浏览这些照片,苏菲仿佛又回到了与朋友们在一起的快乐时光。

青春娱乐的气质、专业的音乐品质、逼真的拍照效果,时尚靓丽的外形,KM330绝对是苏菲以及与她一样的年轻时尚人士不可缺少的娱乐装备。而考虑到年轻人的消费能力,LG将KM330定格在1000元至1500元的价格区间,让它在同等价位手机中如鹤立鸡群,相信如此高性价比的超强娱乐多媒体手机定会引发娱乐达人的疯狂抢购热潮。(森文)

## LG 带你畅享精彩移动互联网生活

跃升全球手机前三甲,成为增长最迅速的手机厂商之一。而其实力的快速增长与其在美国、韩国以及欧洲等几大成熟3G市场上所取得的令人瞩目的成绩密不可分。作为全球3G市场中的领导者之一,LG一直关注中国3G的发展,并希望将其在海外的成功经验带到中国市场。今年LG抢先于竞争对手,宣布将在今年推出25款3G产品,全面覆盖TD-SCDMA、WCDMA、CDMA2000三大网络,并得到了包括移动、电信、联通三大运营商的强力支持,产品种类也呈多元化。

移动办公,轻松商务 随时掌握资讯 随时与客户保持联络,随时保持高效的工作状态,网络已经成为商务精英人士成功的必备条件。LG即将推出的移动深度合作定制智能3G手机KT878,就是专为那些渴望成功的商务精英而量身定做的。这款手机的推出将为他们带来全新的移动互联网商务体验,助他们在事业上取得先声夺人的优势。拥有HSDPA+TD-SCDMA高速网络支持,商务人士即可随时接收邮件,随时进行信息浏览,而KT878配备的3英寸WVGA(480x800)高清全触摸显示屏以及内置的IE浏览器,更为使用者提供了一个舒适的上网环境,手指在宽大的触摸屏上轻轻拖拽、点击便可完成上网、下载等多种操作,让使用者体验到PC机所无法提供的便捷、自由的操控感受。KT878除了可以实现无缝漫游外,内置的微软6.1智能系统,为用户创造更加便捷、独

特的应用体验。据悉,LG今年还将继续推出多款融合时尚设计与智能科技的商务3G手机,依靠LG成熟的技术以及运营商的全面支持,今后商务人士在3G高速网络下将体验可视电话、视频会议等特色增值服务。 Qwerty+Touch,轻松娱乐 LG即将发布的另一款专为潮流数码玩家们打造的移动娱乐信息终端KV920,凭借高速无线网络,个性的翻页外观设计,Touch+Qwerty前端的功能设计,让数码玩家们可以在第一时间感受到最快捷、最潮流、最便捷的移动互联网生活。而KV920的最特别之处是其全触屏加Qwerty键盘的组合设计,追求自由、简单、便捷生活的数码玩家们可以用自己最喜欢的方式去体验移动互联网的魅力。完全按照PC机样式设计的Qwerty键盘,无论是msn聊天,还是朋友之间互通邮件,都异常轻松、简单。

对于一向走在潮流最前端的数码达人,LG今年还将陆续推出多款集合创新科技与个性外观设计于一身的3G产品,为消费者提供可以移动的娱乐平台。除此之外,为了更加丰富使用者的3G娱乐体验,LG还将引入其在海外成熟的增值服务经验,为中国消费者提供全面、多样的业务内容。

品质生活,随时享受 移动互联网生活除了属于商务人士、潮流数码发烧友外,也不可缺少高端时尚人群的参与。他们需要随时享受生活,他们需要

将最新鲜的资讯、娱乐“随身携带”。LG目前专为这群人士推出的是基于CDMA 1xEVDO网络平台的两款高端时尚产品KV755及KV500,它们分别是2G“谜”手机(KF755)以及“曲奇”手机(KP500)的3G升级版。

从全球通讯行业的发展来看,3G时代取代2G时代是一种必然的趋势,同样也是时代发展的要求。面对已经到来的移动互联网生活,无论是运营商还是终端手机厂商都要从消费者需求出发,创造最有利的环境,让2G消费者能够平地迈入3G时代。已成功带领欧洲、美国、韩国等国家消费者提前体验3G生活的LG电子,完全洞悉这一趋势,依据不同层次消费者的需求量身定制了一系列3G手机,融合了包括智能操作系统、触屏界面、Qwerty键盘、时尚设计、多媒体功能在内的所有尖端科技以及时尚元素,并覆盖高、中、低端各个产品线,形成一条完善、全面的3G产品线,让不同需求的消费者能够在第一时间体验到自由、便捷、娱乐的3G生活,在此基础上展现其“智能科技与时尚设计完美结合”的产品理念。(美森)

