

个人跟银行打官司没胜算？行长的“真话”太刺耳

舒圣祥

“以您个人的力量跟中国银行来打这个官司，您觉得胜算概率有多少？”——赵先生因为接到银行催收电话，发现自己名下莫名多了18张信用卡，并且已有7张逾期，影响个人征信，这些卡均出自中国银行长沙金满地支行。如今，投诉一年半后，问题依旧未能解决，赵先生愤而发帖，结果自称行长的人打电话要求删帖时如是说。

在消费者毫不知情的情况下，名下莫名其妙就多了18张信用卡，既不知道是谁替你办的，也不知道是谁替你激活的，更不知道是谁替你消费的，逾期还款影响个人征信的后果，却要你来一力承担。这种事情不仅荒谬还很诡异。

类似案例，还有很多。结果大多是不了了之，有关银行会告诉客户，个人信息被坏人利用了，银行已将相关账户销户。至于坏人到底是谁，却很少有明确的调查结论。

就该事件而言，从常理思考，短时间内，在同一银行连续办理十几张信用卡，就算坏人确实坏，涉事银行至少负有审核失职的责任。何况，银行并不是不知道本人的联系方式，要不怎么办卡的时候“静悄悄”，催收的时候“连环call”。

在很多银行对员工有绩效考核要求，而信用卡发卡量也在指标之列的背景下，当事人被大批量办卡，也会惹人遐想。

曾有媒体报道，2014年初，中国银

行武侯支行两位员工，在学生毫不知情的情况下，与高校教师串通，为35000名在校学生办理了信用卡。2016年，中国银行商洛分行盗用商洛学院3000名学生身份信息，给毫不知情的学生每人办了一张信用卡。赵先生的遭遇是否与之如出一辙，我们不得而知，但同一个人在同一家银行能办近20张信用卡，明显不正常，涉事银行就没发现问题？

“个人敢跟银行打官司，你胜算几何？”那位行长貌似讲出了答案。很多网友认为，这是“真话”。有时候，现实就是这般无奈，真话就是这样刺耳。若不是赵先生录音了，发到网上引起关注，个人跟银行打官司，确实胜率极低。不怕当事人去告，大不了销户了事，不正是某些银行的傲慢底气所在吗？

实际上，非法持有他人信用卡，数量较大的，已经涉嫌触犯妨害信用卡管理罪。所以究竟是谁利用其信息办卡，亟待查清。非但如此，赵先生莫名被办18张信用卡，涉事银行工作人员审核环节是否存在疏漏，也有待追问。若有银行内部人士利用职务上的便利犯罪，按照刑法，还应从重处罚。

客户在毫不知情的情况下被办了18张信用卡，显然不能让其无辜背锅。那些信用卡究竟是怎样办的，又是谁在用，必须依法严查。如果涉事银行有责，也别想着拿“胜算”情况去吓唬当事人，该担的责最终还是得担。

小康不小康 农厕是一桩

新华社记者 陈灏

近年来，厕所已成为农村人居环境的最大短板，是导致一些农村地区留不住乡愁、引不来游客的重要因素。我国正在大力推动的农村厕改，业已取得成效。这是改善农村卫生条件、提高群众生活质量的一项重要工作，在新农村建设中具有标志性意义。

简陋的老式厕所不仅不方便，蚊蝇横飞、排泄物未经无害化处置，也传染多种疾病。厕所造成的环境问题，已成为乡村振兴中亟待破解的难题。

此前，《农村人居环境整治三年行动方案》对厕改提出了明确要求。一些地方积极推进，初见成效。以山东为例，2015年到2018年，仅淄博市农村就对347个村、7.7万户旱厕进行了改造，改造率达90%以上，大多数受访村民对厕改较为满意。从全国范围来看，一些农村厕改后甲乙类肠道传染病大幅下降，充分说明了农村厕改的必要性和有效性。

与此同时，农村厕改工作中也出现一些问题，如一些地区厕改后，出现冬季结

冰无法冲水问题，需要加以解决。我国农村自然环境、气候条件、发展水平千差万别，导致冬季冲水、粪污处理等问题也有差异。各地农村厕改的建设标准、后期管理等也不尽相同，需要根据实际情况，因地制宜，提出有区别、适合有效的解决方案。

推动农村厕改，如果标准过高、负担过重，将会损害农户参与厕改的积极性。如何让村民尽可能少花钱就能用上干净卫生的厕所，这也考验地方政府部门办好事的能力。要合理选择建设标准，鼓励农户投工投劳，有效控制成本，避免“劳民伤财”。

小康不小康，农厕是一桩。党中央对农村厕改工作高度重视，已将其列为“十三五”必须完成的约束性任务，各地政府对这项工作要有力推动、有序安排、扎实开展，对措施不力、搞虚假形式主义、劳民伤财的地方和单位予以批评问责，在方便农村群众“方便”的基础上，补齐农村社会文明的短板，推动农村人居环境的改善和美丽乡村的建成。

国务院+社科院双重认可

亚洲最大乳企伊利获赞企业扶贫优秀案例

2018年12月5日，《企业精准扶贫案例研究》暨《企业扶贫蓝皮书(2018)》发布会在京召开，伊利集团凭借多年在产业扶贫和健康扶贫等领域的实践工作，荣获《企业扶贫蓝皮书(2018)》企业扶贫优秀案例。

国务院扶贫办课题《企业精准扶贫案例研究》是国务院扶贫办2018年重点工作之一——“总结推广典型经验”的具体落地，而《企业扶贫蓝皮书(2018)》是由中国社科院企业社会责任研究中心发起，是一本聚焦于企业精准扶贫管理、行为和绩效的研究专著。此次伊利入选企业扶贫优秀案例，是国务院和社科院对伊利在精准扶贫领域的双重认可，表明伊利在脱贫攻坚的实践是一种可信、可行、可学的典型案例和操作模式，可以更好地引导和促进企业参与精准扶贫事业。

就在不久前，伊利不仅在中国企业公民年会上斩获“2018中国企业公民”和“2018中国企业公民公益项目”两项大奖，更是被联合国粮食及农业组织(FAO)授予“2018企业社会责任公益典范”，成为首家荣获该奖项的中国乳制品企业。而伊利入选企业扶贫优秀案例也是伊利引领中国乳制品行业脱贫攻坚实践的又一次有力佐证。

最新数据显示，截至2018年第三季度，伊利实现营业收入613.27亿元，较上年同期增长16.88%。据荷兰合作银行发布的2018年“全球乳业20强企业排行榜”显示，伊利继续蝉联亚洲第一，



◆伊利集团获评《企业扶贫蓝皮书(2018)》企业扶贫优秀案例

稳居全球乳业第一阵营。傲人的经营业绩也为伊利在引领行业社会责任实践方面提供了雄厚的资本。

自十八大以来，脱贫攻坚已经成为党和国家的思想共识，而伊利集团作为中国乳业的龙头企业，坚决贯彻落实中央的精准扶贫精神，为探索精准扶贫，创立了全新的“伊利模式”，并以实践提高扶贫精准度。

责任担当 健康扶贫聚焦青少年未来

2017年，为了对标联合国可持续发展目标2030，在伊利集团董事长潘刚提出的“让世界共享健康”理念指引下，伊利集团建立了“共享健康可持续发展体系”(简称WISH体系)，重点聚焦“产业链共赢”、“质量与创新”、“社会公益”和“营养与健康”四大行动领域。

精准扶贫则是伊利WISH体系中社会公益领域的重要实践。多年来，在伊利集团董事长潘刚的带领下，伊利积极履行社会责任，以点滴行动，贡献力量。通过在“青少年、环境、社区”三大领域的不断实践，已经探索出“行业精准发力”和“营养精准聚焦”两大经验，覆盖面广，针对性强。

据介绍，伊利在精准扶贫中创新性的落实了两大“精准担当”实践。一是聚焦健康扶贫的“伊利营养2020”项目，旨在通过营养调研、健康教育与公益捐赠等多种形式，对贫困地区进行营养改善。2018年，该项目仅在公益助学领域，总计投入2100万元，覆盖全国25个省区、130个市县、1.2万所学校，有效提高了贫困地区青少年营养

健康水平；另一个是聚焦教育脱贫的“伊利方舟”项目，通过一系列的专家培训、案例分析、实地考察、安全演练等活动，为全国儿童撑起了一把安全成长的保护伞。

授人以渔 产业扶贫助力脱贫致富

长期以来，“厚度优于速度、行业繁荣胜于个体辉煌、社会价值大于商业财富”一直是伊利秉承的发展理念。伊利始终通过推动产业链不断的完善作为自身持续发展的动力，将“形成利益共同体”落到实处。

为早日实现这个目标，伊利通过产业扶贫+协作的方式，拉动经济增长，切实帮助贫困群众脱贫致富，走共同富裕之路。不仅与农牧民建立了“服务协作型”的利益联结模式，通过技术培训、引导带动等方式对奶农进行扶持，实现企业与奶农的双赢。同时，创新产融结合模式，探索以“核心企业承担实质性风险责任”为特色的产业链金融模式。伊利通过提供资金扶持，让奶农可以通过分期付款的方式购买TMR机、挤奶机等必备生产设备，解决了奶农在生产经营过程中资金不足的问题。

“质量”和“责任”始终是伊利固守的两个根本。未来，伊利将继续探索更多领域的精准扶贫工作，为行业提供更多标杆案例，同时也希望通过自身的实践与经验，能够带动更多企业加入到精准扶贫事业中来，携手助力国家打赢脱贫攻坚战。

