

中加联合声明：加强遣返逃犯方面合作

应温家宝总理邀请，加拿大总理斯蒂芬·哈珀于12月2日至6日对中国进行正式访问，先后访问北京、上海和香港特别行政区。访问期间，双方签署了一系列旨在促进气候变化、矿产资源、文化和农业教育等领域双边合作的协议。

中加发表的联合声明中第九条提到：近年来，中加通过2008年建立的双边司法执法合作定期磋商机制以及警务合作等渠道，不断扩大双边司法执法合作。双方重申愿根据各自国家法律在打击跨国犯罪和遣返

逃犯方面加强合作。双方还同意早日签署《打击犯罪合作谅解备忘录》，并同意就签署分享犯罪所得协定进行谈判。双方表示愿就上述及其他双方将在今后考虑的相关问题保持沟通，以进一步扩大在该领域的合作。

据新华社电

“逃犯天堂”遣返1.7万人，美国罪犯比重最多 2313名中国人中91%是难民申请失败者 加拿大遣返69名中国逃犯

加拿大一直被认为是中国贪官和灰色收入的外逃天堂。据加拿大边境服务局日前向记者提供的一份内部文件披露，全加共有超过1.7万名的罪犯及难民申请失败者正等候被遣返。被遣返的2313名中国人中69人为外逃罪犯。中国已经成为被遣返人士的最大“来源国”。

中国是最大“来源国”

档案显示，等候被遣返的都是难民申请被拒却非法滞留加拿大或被加拿大界定为罪犯的无身份人士。

其中，中国是这批被遣返者的最大“来源国”，占被遣返总人数的12%，达到2313人。

排在第二位的是墨西哥，有1976人，印度、巴基斯坦分列第三、第四。尽管美国排在第五，但其中罪犯比重最多，达到9%。

91%是难民申请失败者

边境服务局新闻官杰弗斯告诉记者，在中国被遣返者中，占据最大比重的一类为难民申请被拒者，约占91%，其中包括非法滞留、非法入境和签证超过有效期等几种情况。

另外，还有3%（即69人）为中国外逃罪犯。杰弗斯没有向记者透露这69人的具体姓名，因为那样会触犯加拿大的相关法律。

赖昌星属“暂缓遣返”类

等候执行被遣返的中国人中是否包括鼎鼎大名的赖昌星？答案是：不。

著名移民律师李克伦告诉记者，加拿大边境服务局根据难民申请者所处的不同申请阶段作出四类统计。

全部遣返要花近两亿元

档案中同时提到了遣返费用的问题，杰弗斯说，遣返这些人的花费可谓是天壤之别。

如果开车护送至美国边境，遣返至美国可能只需要不到650元（人民币，下同）的油费。

但如果是一名危险的国际罪犯，在所有上诉渠道都失败后，加拿大要遣返这个人，就要

其中第二类为“暂缓遣返”者，他们的难民申请失败，但因为还在进行法庭程序或等候遣返前风险评估而被暂缓遣返。“赖昌星虽然没有身份，但已获工作许可，目前在温哥华工作。”

部署大量警力，甚至要租私人飞机执行遣返，飞机上除了警察，可能还要配有医护人员，这样算下来花费高达325万元。

一般被遣返者不需要边境服务局人员的护送，平均遣返花费近万元；如果需要两名官员护送，则需要9.7万元。因此，遣返17846人即使不需要护送，至少需要1.73亿元。

遣返一个中国人要花10万元

“遣返一个中国人的平均费用大约在10.2万元。”杰弗斯说，中国离加拿大太远，光是路费就很昂贵，“如果是外逃的罪犯，需要护送回去，这样一来费用就相对较高。”

李克伦告诉记者，加拿大目前面临无法及时遣返中国人的困境，现在急需中国政府帮助签发可返回中国的证明及文件，并且这个问题已成为加拿大最希望与中国政府协商

解决的优先议题。他说，加拿大总理哈珀眼下正在中国访问，有可能向中国政府提出要求解决遣返问题，并签署有关加速遣返中国无身份人士的协议。

不过李克伦说：“像赖昌星这种特别案例不是很确定，但对于其他中国无身份人士来说，2010年新年有可能是他们在加拿大度过的最后一个新年。”

【中国驻加使馆】

赖昌星确实未在遣返名单

我驻加拿大大使馆领事部李领事告诉记者，使馆有一个专门负责直接跟加拿大边境服务局联系的警务联络处，目前具体的信息和细节还在联络之中，能确认的就是边境服务局公布的遣返数字是没问题的。

他介绍说，从总体情况看，凡是登记在案的大多数属于非法滞留、非法入境的偷渡者，以及一些持有签证但已经超过有效期限的人，另外还有少数重要的经济罪犯，但没有身份却已经取得工作许可的赖昌星不在这份名单之列。

【加驻华使馆】

将不遗余力遣返中国外逃贪官

加拿大驻华大使马大维近日则表示，开放国门有时会让坏人有机可乘，但加拿大并不会因此而关闭国门，加拿大将不遗余力遣返中国外逃贪官。

综合《法制晚报》等

国美持续 23 年创新服务，成行业方向标

国美23年发展历程中始终以创新服务为核心理念，并开始由单纯的产品输送者向客户利益的管理者角色进行转变，以消费者利益为中心，构建起高效率、高标准的综合服务价值体系。

行业服务创新的领航者

国美作为中国家电连锁最领先的企业，在完成大中城市的网络布局之后适时的调整发展战略，在提升消费者价值方面不断推出创新服务举措，带动了行业整体服务水平的快速提升。

国美是中国家电业最早注重服务建设的零售企业。1999年，国美在行业率先推出免费送货、800免费咨询电话等服务举措。与当时的百货商场相比，国美的举措迈出了中国家电零售业服务创新的第一步，成为引导中国家电零售渠道服务变革的先行者。2004年国美开创中国家电零售业首个服务品牌“彩虹服务”，带动家电业的竞争重心从“价格战”向“服务战”转移。

2007年，国美推出高出国家三包规定的“减久保障”服务，构建了家电业第一个涵盖产品质量、价格以及退换货在内的综合家电维修体系，开创了一种量化、契约式的服务模式，彻底解决了消费者后顾之忧。2008年国美又率先推出“家安保”延保服务，它为消费者节省了大量因产品超过保修期而产生的维修费用，保障了消费者享受到高品质的家电生活。

呼叫中心转型综合化服务平台

国美电器客服中心副总监白梅表示，国美的服务是一个不断创新的动态体系，国美以顾客为中心通过多种方式感知消费者的需求，不断为消费者创造新的价值。国美电器呼叫中心建立至今，覆盖全国220多个城市，已经成为全国最大的家电零售业呼叫中心。目前国美全方位开通了SMS自助查询及短信服



务，在线服务启动电子商务模式，客户关怀工程开展“定点提示”与高端VIP服务等创新举措，全方位的满足了消费者的需求。

据悉，2009年，国美呼叫中心全国服务热线实现了全面升级，升级后，国美电器客户服务系统支持的座席容量、自助语音线路进一步扩充，多渠道互动能力、诉求业务处理能力、市场营销能力及运营管理水平得到进一步提升，成为集促销咨询、购买指导、售后服务等功能于一体的全功能综合化服务平台。

2009年4月底，国美开创了目前国内家电业首个短信自助平台，即SMS自助查询，消费者只需拨打国美电器客服电话，通过语音提示就可以自助查询送货、安装、会员积分等多项信息，开通了家电行业短信自助查询的先河。据悉，自5月份开始以来，通过SMS自助查询的短信已达90000条。

今年4月份，国美启动了在线服务电子商务模式，消费者可以通过在线客服、邮箱、电子传真多渠道与国美联系。2009年国美电器又创新性推出“定点提示”客户关怀服务工程，将被动服务转化为主动服务和个性化关怀，并将针对季节性、地区性和购买情况等及时调整服务内容。比如近期针对空调的新老用户，国美呼叫中心就使用知识、操作技巧、保养和清洁等方面

对用户进行免费“定点提示”服务。针对金卡、钻石卡客户，国美呼叫中心专设高端贵宾VIP服务，建立VIP易键通服务，并特别配套提供个性化的关怀服务，全面提升服务品质。

打造行业最快速度服务

服务是零售企业核心竞争力的本质所在，只有服务价值最大化，才能凝聚最多的用户资源。国美售后负责人向记者透露，公司23周年是国美的大型促销期，也是历年消费者购买家电的一个高峰期。为保证在第一时间让消费者用上购置的家电产品，国美电器在全国范围内共筹备了2355家专业的安装服务商，将有3万名安装人员投入到工作中，保证送货和安装的及时性。

活动期间，随着家电维修需求的增加，国美电器全国48家家电医院，300家维修服务商将为顾客提供全程3C品类维修服务，1500家维修服务商将为顾客提供传统家电维修服务，另外还有1000名电脑工程师为全国顾客提供电脑远程服务，为节日期间的电脑使用提供保障。

物流运输方面，国美电器在全国拥有210个配送中心，仓储面积达百万平方米，提供充足的商品供应；运输车辆最高峰值11000多

辆，物流服务人员20000人，其中物流专业管理人员500多人。国际最先进的ERP系统保障了物流信息的实时传递，可实现门店销售信息与配送中心实时有效对接，日处理订单可达20万件。

对于VIP顾客，节日期间，国美电器根据顾客需求免费提供定时专送或限时快速的高端服务，以及定时、限时的安装服务。标准宅配也将按照顾客的购物时间，免费提供当日达或次日达配送服务。

国美荣膺 2009 年度最具竞争力服务商标

近日，由国家工商行政管理总局授权批准，中华商标协会和青岛市人民政府联合主办的2009（第三届）中国商标节上，国美电器荣获2009年度最具市场竞争力服务商标称号，成为消费者最受欢迎的家电零售品牌。

作为中国最大的家电零售企业，国美在经济变冷时期不单纯追求自身的增长，而是通过系列举措放大整个产业链的收益，将利润让渡给供应商和消费者，推动供应商和消费者收益的增加，赢得供应商和消费者的一致认可。

针对消费者需求的变化，国美积极调整经营策略最大化为消费者省钱。本着“薄利多销”的经营理念，国美通过定制化大单降低采购成本，并举办系列促销活动，让利消费者。相关数据显示，虽然家电行业原材料价格出现不同幅度的波动，但家电产品价格始终保持在低位。

组委会专家还指出，国美电器经历23年的快速发展，如今已成为中国零售业、家电连锁业双料第一，其品牌感召力和社会影响是巨大和深远的。国美电器品牌亦是中国特色零售业、中国家电连锁业值得尊重和学习的民族品牌，通过不断变革和创新，走出了一条由小到大、由大到强、由强到固的民族品牌发展之路。

樊无敌