

莫急着给“最牛”劳务结算单定性

■ 叶雷 评论员

农民工讨薪罚款10万元，发短信“诽谤”项目经理贪污罚款5万元，在项目部辱骂、“诽谤”项目经理罚款30万元……劳务公司讨薪一年多，不仅讨薪未果，还收到了这份罚款单。开具此份罚款单的建筑方项目经理称，罚款是按双方签订的合同条款执行的。（1月25日《北京青年报》）

欠钱的是老大，讨薪不成，还收到巨额罚单。“最牛”的称谓，确实可以挑起人们的同情与愤怒，恨不得用口水将这家公司淹死，帮农民工兄弟要回血汗钱。然而，开具罚单的项目方的说法，提醒我们需要冷静、中立、客观，不能因为“建筑公司欠薪”的思维定势，就急着给这份“最牛”劳务结算单定性，因为“这份罚单仅仅是建筑公司与劳务公司之间的矛盾纠纷”。

既然是劳务公司讨薪，我们基本上可以推测出，建筑公司、劳务公司、农民工三方的关系是，建筑公司与劳务公司签订劳务承包

合同，将相关费用打包给劳务公司，劳务公司再按照国家规定和劳务派遣协议约定，依法支付被派遣劳动者的劳动报酬和相关待遇，依法为被派遣劳动者缴纳社会保险费，并办理社会保险相关手续等。至于建筑公司所说“我们没有拖欠农民工工资”，就需要分情况看待了：

一种可能是建筑公司耍赖，以工资支付的关系偷换概念。实际上，拖欠劳务公司相关费用与拖欠农民工工资在本质上是一样的。如果是这种情况，“最牛”劳务结算单无疑就应该成为最有力的执法证据。另外一种可能则相对复杂，那就是建筑公司按与劳务公司签订的合同条款，扣减一些费用，致使劳务公司不能按照其与农民工签订的合同支付工资，于是发生了欠薪事实。在这种情况下，究竟是劳务公司欠薪，还是建筑公司欠薪，就需要理清后再定论。

抛开实质欠薪的问题，焦点就落在了建筑公司与劳务公司签订的《劳务承包合同》上面。建筑公司说是按条款执行；劳务公司

说“合同里的担保、安全文明施工等条款是霸王条款”；律师则认为其中一些限制了农民工维护自身合法权益的条款应属无效，比如像信访、投诉这些都属于合法手段，不应禁止。实际上，合同相关条款是否有效，关键要看限制性的前提规定，可由司法程序来裁决。

建筑公司列出的21条罚款项目，有工人和建设方管理人员吵架被罚的，有围堵、辱骂甚至扔啤酒瓶差点砸到工作人员被罚的，有工人因为讨薪被罚的，也有人发短信告状被罚的……这些居然都有合同条款来保障其罚款权，可见建筑公司在签订劳务承包合同时，还是花了功夫的。同时，我们也可由此看出，这家劳务公司是不太重视法律的，《劳务派遣暂行规定》规定的劳务派遣单位应当对被派遣劳动者履行的义务，劳务公司显然也履行不到位。

其中的细节是值得玩味的，农民工曾经讨薪，曾经发短信告状，曾经信访、投诉，可问题却没有得到解决，这究竟是执法部门不

作为，还是因为有建筑公司与劳务公司签订的《劳务承包合同》而不好作为呢？劳动而得酬，这是天经地义的事。至于相关合同条款是否属于“霸王条款”则是另一回事情，只要劳务公司与农民工的劳务派遣协议中没有载明，或者载明的无效，那么，作为欠薪的直接主体，劳务公司还是赶快想办法，先结清了农民工的欠薪再说。

劳务公司与建筑公司之间的合同分歧，完全可以走司法程序来解决。但“最牛”劳务结算单无疑是在提醒劳务公司：一来，要有法律意识，《劳务承包合同》无论如何都不能是“不签也没办法”的事情；二来，劳务公司也是有技术含量的，不可继续粗放式经营，至少要将履行劳务派遣单位义务的本领都学会，义务确实履行到位。但无论如何，劳务公司都不应该在“三角债”的掩护下，借“最牛”劳务结算单转移视线来行继续欠薪的事实。

治理股市内幕交易亟须“釜底抽薪”

■ 雷振华 财经评论员

证监会新闻发言人张晓军22日通报了近期案件处理情况，对6宗案件作出行政处罚。其中，3宗案件为内幕交易案，对黄芝颖内幕交易案被“没一罚三”，仅罚款金额就超过了1246万元。（1月22日新华网）

不可否认，股市内幕交易的频频发生，既影响了二级交易市场的正常交易秩序，又直接造成了他人资金的损失，还会引发股民争相效仿的羊群效应，更会诱发出一系列的社会问题。从证监会公布的内幕交易来看，仅2014年，就有超过60人因内幕交易受到证监会处罚，涉及29家上市公司的股票。对内幕交易给予“没一罚三”的从重打击很有必要，且有待进一步加大打击力度，期待通过给予当事人不能承受的打击之痛来起到“杀鸡骇猴”的作用。

现实来看，凡是被证监会发现了的内幕交易均给予了严厉打击，按理内幕交易应该在严厉打击下会销声匿迹，为何内幕交易有如生命力强盛的韭菜“割了一茬又长一茬”？究其根源，笔者认为不外乎五种因素，一是信息披露不及时给不法者以可乘之机；二是内幕交易隐匿性强一般难以察觉；三是处罚手段相对单一，过分地注重经济处罚而忽略了刑事制裁；四是缺乏保障股市投资价值的配套法规制度；五是对在内幕交易中“受伤”的股民缺少权益保障。试想，如果投资者购买股票不需要通过频繁的拉抬来赚取差价，而是能够按季或按年稳健地获得上市公司给予的可观分红收益，以及有规范性的信息及时披露管理规定和严厉的司法制裁手段等保障机制，那么，再重要的内幕消息于投资者而言不过是“过眼烟云”而已，根本不需要投资者挖空心思去“窃取”或“巧夺”。

风口浪尖站得稳立得正，方为正道。对于治理内幕交易同样需从源头“釜底抽薪”，才可破解这一公认难题。其一，破除上市公司的财务季报披露制度，实施每月10日内按月公开披露上月详细财务信息新制度，既便于投资者及时了解上市公司的经营实情，又有利于投资者正确判断持股时间，避免信息披露滞后给投资者造成“躺着中枪”。

其二，推行重大事项实时预告新制度，对资产重组、新产品研发、定向发行股票等各类重大事项，在项目实施前决策层只要不涉及商业机密，都要以实时提醒方式公开其意向、进展情况、可能产生的风险等，尤其是要破除股票因此停牌交易的陋习，打消不法者“提前埋伏”收集筹码的念想，帮助投资者均等地判断和获得投资机会，消除上市公司掌握“核心机密”者的不法行径，铲除内幕交易滋生的孽土。

其三，从严从重实施处罚新法规，建立经济处罚、罚没补偿、追究刑责新机制，一方面对从事内幕交易的不法者给予“倾家荡产式”经济处罚，令其意欲违法者尽快“收手”；另一方面对追缴的罚没收入按比例补偿给遭受损失的投资者，体现罚没收入回报投资者的“补偿性”，避免罚没收入流入“旁门左道”，尽量保障投资者的正当权益不受损；此外，对不法者要根据获取不当收益的大小给予相应的刑责，打消不法者“死猪不怕开水烫”的耍赖心理，从源头警惕意欲违法者。

惟其如此，以崭新的法规制度清除内幕交易赖以生存的各种内外部环境，同时建立处罚监督监管常态化机制，细致明确上市公司高管、会计与审计机构、证券交易所、证监会、司法机关的各自责任，以及失职追责的程序、范围、力度，并辅以具体明确的上市公司回报投资者的时间、途径、方式、高分红比例，尤其是对连续两年没有给予投资者投资回报的上市公司要采取无条件退市的新办法，切实打造股市投资稳健回报新环境。

阿胶之乱，溯源体系去哪儿了？

■ 邓海建 媒体人

寒意猛烈，也正是冬令进补的时节。作为传统的补血佳品，由驴皮熬制的阿胶尽管“名贵”，却深受大众欢迎。可业内人士指出，以原料驴皮供应计算，阿胶年产量应该只有实际销量的六成左右。这意味着，可能有近四成假冒原料混入了生产环节，化身为形形色色的“阿胶”产品，堂而皇之地在市场售卖。（1月26日北京晨报）

阿胶乱象，简言之，真是“驴头不对马嘴”。四成阿胶产品，明明应该靠实力吃饭，却偏偏只在包装上拼颜值。驴皮不够，猪马牛来凑数。这还算好的，更有不明下脚料备着。药典明确规定，驴皮熬制的阿胶，有补血滋阴润燥功效；其他动物毛皮熬胶功效各不相同，比如马皮熬制的“阿胶”，效果恰得其反，马皮药性下（行）血，“孕妇一旦食用后，极有可能导致流产。”因此，滋补大方，很可能就成了夺命处方。

真正可怕的，是明知造假而难以甄别。这是一组耐人寻味的数字：山东阿胶行业协会根据100多家阿胶生产企业的年生产量报表推算，阿胶年总产量至少在5000吨以上。目前按中国市场阿胶销售量估算，需要驴皮400万张左右，而国内供应总量不足180万张。加上驴皮进口因素，全年可生产的阿胶总数量也就在3000多吨。此外，按照业内的说法，“一张驴皮价格2000元至3000元之间，而一张马、骡子皮才200元，猪皮和一些制作皮鞋、皮包剩下的下脚料就更便宜。”加之阿胶行业原料鉴定难、产品鉴定难，李代桃僵的把戏，脑袋都不要转弯。

真假地沟油的技术，迄今还是道充满魔性的课题，但阿胶之真伪，按理不应如此纠结。道理很简单：地沟油是上不了台面的，几乎不可能冒充正品食用油去货架上待售；但阿胶不一样，正规阿胶企业拿其他毛皮冒充驴皮，钻的就是信息不对称、监管无能为力的空子。查假的，拼不过造假的，乱象纷呈也就不足为奇。假冒伪劣浑水摸鱼，受害的还是规则坚守者，最终劣币驱逐良币，是不折不扣的负数博弈。只是，如果正宗驴皮能在出厂前就纳入追溯体系，从原材料到成品，都能经得起追溯——正品正气起来，四成假货何以能鱼目混珠？

食品溯源体系，最早是1997年欧盟为应对“疯牛病”而建构的食安制度。只要监管者稍稍上点心，行业协会等稍稍注意点，无论顺向追踪，抑或逆向回溯，整个食品生产经营都可以始终处于有效掌控之中。比如终端市场上的阿胶，可以通过条形码追溯到驴皮的产地，进而在风险中找到对应的责任。利用便捷的APP，收录每个环节的生产信息，即便万一出事，也断不至于死无对证。

当然，就眼下而言，既然知道四成左右的阿胶纯属“友情客串”，不妨查查各家原材料的进货渠道，质量监督部门只要对号入座，造假者自然会现出原形。假阿胶虽不至于致命，但整肃市场总是底线责任。打假，不能总是等到吃死人之后再去雷霆万钧。



“首富唱摇滚”是场高明的营销

■ 王传涛 评论员

截至1月25日，“首富摇滚”视频全球点阅量超过11亿次，其中国内新媒体渠道点阅量高达8亿人次，稳居新浪微博热门话题总榜第一，累计讨论量已超3000万；以Youtube、Facebook和Twitter为主的海外社交平台以及视频网站阅读点击量超过3亿。摇滚之“王”系列视频不仅火爆国内，也席卷了欧美。《华尔街日报》、《洛杉矶时报》等海外知名媒体纷纷进行报道。（1月26日新华社社）

单纯从点击率来看，首富王健林在公司年会上唱摇滚的视频，很有可能会超越鸟叔当年的火爆金曲《江南Style》。当年《江南Style》看似不可一世，但一年的总点击量不过23亿，而王健林的视频仅用了10余天就超过11亿，可谓“潜力巨大”。

客观来说，王健林唱摇滚的视频，可谓卖点十足。一、单纯从演唱实力和技巧来说，王健林只能说唱得不差，但远远没有达到网友们所讲的超过一些演艺圈明星，甚至是“直通春晚”的水平。二、万达集团举办

的晚会水平也很高大上，伴舞水平及舞美效果，稳稳地超过了一些地市级晚会。三、《假行僧》等摇滚歌曲，具有很强的独立精神，这对首富来说更可贵了。四、也是最关键的一点，王健林和他的儿子一样，会成功利用自己“首富”的身份，也就是“国民公公”和“国民老公”的噱头，抢汪峰的头条。

我们感叹王健林唱歌时的多才多艺，顺便也会将这位企业家严格管理公司、打造独有的企业文化等卖点都翻出来膜拜。于是，崇拜王健林者，更多了。不知不觉中，我们在企业家个人形象的树立过程中，产生了对品牌的信任。从这个角度讲，万达以及王健林“利用”摇滚视频，完成了一次高明的、完美的营销。

笔者想到一名商界大咖的名言——推销的要诀，不是推销商品，而是推销自己。说这话的人，是创造了吉尼斯世界纪录的世界上最成功的汽车推销员乔·吉拉德。也正是基于这方面的原因，我国许多企业家都纷纷走上了“推销员”之路：今天去某个论坛做个演讲，明天出一本新书讲一讲自己的奋斗历程，后天就要在网上卖个萌、装

取消编制只是事业单位改革的中继

■ 郭文婧 自由职业者

人社部官员表态，今年重点要研究编制创新改革，特别是高校、公立医院不纳入编制管理后对相关改革的影响。外界分析，取消编制可以解决编内、编外“同工不同酬”的遗留问题；专家建议，公益一类应严格限制编制管理，公益二类可以放开。（1月26日《中国经济周刊》）

从1996年的《关于事业单位机构改革若干问题的意见》合理划分党政机关与事业单位的职责，2000年明确事业单位人事制度改革方向，2002年试行人员聘用制度，到2011年分类推进事业单位改革，2015年的养老保险制度改革，近20年来，我国事业单位改革的举措不断。原因在于事业单位是计划经济的产物，必须不断与我国市场经济的发展相适应。毫无疑问，取消编制仍然只是改革的中继，未来的目标理应是真正提供专业服务的“第三部门”。

取消高校、公立医院等的事业单位编制，目前已经水到渠成。先是分类改革区分了营利与非营利，接着是“效益工资”明确了“多劳多得、少劳少得、不劳不得”，然后是“全员聘任”要求做到“按事设岗、按岗聘

人、无岗走人”，养老保险制度改革则进一步扫清了障碍。取消编制的意义，不仅在于解决编内、编外的历史遗留问题，更在于为落实自由竞争这一市场经济的核心打下坚实基础，以专业领域内的服务质量来竞争生存与发展的保障。

一个社会存在三大部门，政府部门以行政权力为手段来管理社会，使社会有序运转；市场部门以将本求利的方式来创造财富，提高人民生活水准；在此之外政府和市场都“不愿做，做不好或不常做”的事，则由“第三部门”来完成。因此，“第三部门”的特征就非常明显，一是与政府和市场一样，是真正独立的法人；二是不以营利为价值追求；三是由专业技术人员提供相应的专业服务；四是以服务质量竞争被购买的机会，竞争失败就可能意味着被淘汰。

我国事业单位问题的症结，正在于竞争淘汰机制的缺乏而染上惰性，既无法为社会提供让人满意的专业服务，又在官僚依赖与习气之上动不动就有腐败和营利的冲动。而编制的存在，则是重要原因之一，让“因人设岗、有岗无事”的事业单位和事业单位人员的“铁饭碗”砸而不破，而好的事业单位和事业单位人员却因为“编制”束

缚，既不能做到“无岗无人”，也不能做到“按事设岗、按岗聘人”，从而使得事业单位的发展始终不温不火。

万事俱备，取消编制的东风吹来，正式宣告我国事业单位改革已告别局部试点、单项推进的探索阶段，进入了真正的深水区、攻坚期。可以预见，优胜劣汰的机制将顺利生成。那些“僵尸”一般的事业单位，将被淘汰出局；那些好的事业单位，将真正在社会上承担独立的法人资格，在社会有需要的时候，多设岗、多聘人，得到发展壮大。只有根据社会职责、自觉按照科学规律、以专业技术和价值理念、为社会、为大众提供优质的专业服务，才是“第三部门”的生存之道。

取消事业编制，也就意味着之前“可部分由市场配置资源”，将变成“市场在资源配置中起决定性作用”。优胜劣汰，自然是好事，不但可以提高服务质量和效率，也可以释放和激活人力资源。取消事业单位编制并不意味着甩财政包袱，实际上政府可能还会加大财政扶持，只是不再“油水均沾”了。所以，有网友担心的学费涨价、看病更贵等连带效应，显然是“杞人忧天”。当然，政府也应该对这一可能的连带问题高度重视，通过配套改革让其根本就不发生。

摩托大军货运专列不姓爱心姓市场

■ 舒圣祥 媒体评论员

1月24日起，2016年春运大战全面打响，至3月3日春运结束共40天。作为主战场，铁路依然是关注的焦点。虽然“一票难求”依旧，但“新闻”显然越来越少，除了智商商的验证码。熬夜排队的场面永远消失了，黄牛也感叹越来越难做。虽然每每谈及铁老大，网上的抱怨依旧很多，但是其中点滴进步，已经极大地改变了春运的景象。

今年最温暖的春运新闻，笔者认为是中国铁路部门首次为“摩托大军”开了货运专列。往年，近十万在广东的广西籍外来务工人员选择骑摩托车回乡过年，几乎是像春晚一样年年上演的“保留节目”。而今年，广铁集团组织开展了“春暖回家路——铁路客货运齐力服务‘摩托大军’”的活动，分别在春运客流高峰时期开行外来工高铁返乡专列和摩托车货运班列，把外来务工人员及其骑行的摩托车双双运送回家。

2014年国庆节，为满足旅客携车异地自驾旅行的需求，北京铁路局首次开行了北京至杭州往返的“自驾游汽车运输班列”并辅以动车组旅行运输专列。当时，新华社曾以“添堵”之名斥责其为“看似方便游客，实则违反交通规律的荒谬之举”。还好，作为企业的铁老大，并没有把舆论戴的高帽当回事，继续按市场的方式践行着市场化尝试。也许正是因为有了这样的市场化尝试，才会有现在的摩托大军货运专列。

相比为富人服务的自驾游专列，为穷人服务的摩托大军专列，大概不会再有人抨击其为“荒谬之举”；相反，很多媒体盛赞这是爱心之举，好像铁老大在纯粹的做慈善，是“实实在在地做好事”。笔者完全认同摩托大军专列事实上的爱心效果，但这不仅是因为铁路部门违背市场逻辑做慈善，恰恰相反，好的商业行为就是要在需求未曾得到重视和满足的地方去提供好的服务，在解决他人问题和麻烦的同时也赚

取自己的利润。

铁老大已经是企业了，要求其不按市场逻辑而按慈善逻辑经营，要么是不讲道理的暴力，要么就是不切实际的幻想。所以，摩托大军货运专列，其实不姓爱心，而是姓市场。要让铁路部门更好地为穷人服务，就必须让他们发现，原来从穷人身上同样可以挣到钱。假若摩托大军货运专列今年运行良好，没准儿能改变铁路部门过去的二八观念：百分之八十的利润都是百分之二十的富人提供，而大多数的穷人乘客都只是甩不掉的责任包袱。

关于骑车回家过年的摩托大军，过去我们都以为那是为了省钱；这当然是个原因，但事实证明这并非全部。摩托大军也是理性的人，他们也都知道骑行千里的风险程度和劳累成本。如果出点交通事故，如果因此生场大病，省的那点车票钱岂不是很划不来？再者，骑那么远的路回去，不休息个几天很难缓过来，而那几天本可以在老家接点活

挣点钱。一算总账，究竟是骑车省钱还是坐车省钱，还真不一定呢。

之所以要骑车回家过年，一方面的原因可能是因为车票实在难买，另一方面更重要的原因，是老家交通不便，春节走亲访友迫切需要一辆车。现在有了摩托大军专列，车子可以托运回家，同时还能拿到高铁返乡专列的车票，所有问题都解决了，即便多出点钱，又何乐而不为呢？看，只要商家愿意俯下身去倾听穷人的呼声发现穷人的需求，一样有大片大片的商机。互联网经济早已证明了这一点，马云赚的就是普罗大众的钱。

具体到铁路部门，如果只想着把富人服务得越来越好，设施越来越高级票价越来越高，那也许就会失去更为庞大的一个平民市场。只要铁路部门真正为穷人着想，推出他们需要的特殊服务，即便是慈善的民工兄弟，也绝对不会让你吃亏——摩托大军货运专列，就是一个好的例子。