

“中国好春运”首先应保证公平售票

张枫逸 公务员

春节将至，火车票再度成为焦点话题。日前,两名北京律师向铁道部邮寄《政府信息公开申请书》，申请公开今年春运期间的可售票总数等。而针对时下大热的网络抢票,上海铁路局长新车务段段长吴向东表示,以前通过内部关系搞票的情况很多,现在基本上不可能了,都要在网上一起抢票。(1月20日《新京报》、《扬子晚报》)

“有钱没钱,回家过年”。中国特有的年文化,成就了中国式春运。不过,无论是窗口前的一票难求,还是列车上的汹涌人潮,都在提醒着我们,“中国式春运”还远没有达到“中国好春运”。对于许多离乡游子来说,乡愁依旧是那张薄薄的车票,自己在这头,家在那头。

从长远看,铁路运输能力满足不了春运期间客流增长的需求,是导致“一票难求”的根本原因,打造“中国好春运”就必须

扩大铁路运输能力,确保每名旅客走得了、走得好。而从当下而言,在火车票资源稀缺的情况下,保证分配程序的公平合理,无疑是最大的民生诉求。

在报道中,我们经常见到,一些农民工在窗口通宵达旦排队,却往往是做无用功,有时排第一个也买不到票。因此,对于火车票是否被内部提前截留,坊间舆论一直颇多微词。如今,铁路部门人士一语道破天机,印证了人们的猜测。不过,接下来的问题就是,采取网上购票是否就能保证通过内部关系搞不到票?

必须看到,无论是传统的窗口售票、还是新兴的网络售票,都只是一种分配形式,程序公平并不一定能保证结果公平。打个简单的比方,比如铁路部门事先预留一部分车票,哪怕普罗大众在网上抢破了头,关系户们依旧可以稳坐钓鱼台,没事偷着乐。前些年被判死刑的武汉铁路分局原副局长刘志祥,就控制了汉口火车站绝大部分卧铺车票和悄悄的座位票,靠倒卖



图据新浪

火车票发家,被称为“最大的票贩子”。只要火车票的稀缺性没有改变,即使到了网络时代,既得利益者还可以跟着升级换代,继续“近水楼台先得月”,甚至将其作

为谋取暴利的手段。要想避免这种现象的发生,公平售票透明售票是当务之急。

眼下,尽管车站售票大厅和网络上也有余票信息,但是否做到了应售尽售,我

们不得而知。事实上,两名律师假设的现象,“一趟车可销售硬座有1200多张,但只放票七八百张”,也是很多人心头的问号。就此而言,公开春运车票总数就显得尤为重要。在期待铁道部予以积极回应的同时,更希望等来的公开不只是一面之词。铁路部门应邀请媒体和公众代表参与,摸清实际运能,了解不同票种的发放总数、发放程序、发放规则,同时,将相关信息向社会公开,并实时更新,便于社会对照监督。

此外,公平售票还应保证渠道公平和技术公平。目前,电话和网络比窗口提前两天预售,这一设计或许是为了减轻售票窗口压力,但对于不会上网的人来说,到代售点或车站买到的只是“残羹冷炙”,紧俏线路早已售罄,从而引发怨声载道;同时,抢票软件禁而不止,从“拼关系”到“拼技术”同样有悖公平。对此,铁路部门有必要统一各个渠道的预售期,规范网络售票秩序,最大限度保证分配公平。

预算公开不是政府部门的自娱自乐

邓昌发 媒体人

每年深圳两会,许多代表感慨预决算两份报告看不懂,今年感觉依旧。昨日,深圳市人大代表王富海发言炮轰两报告是天书,提议人大应该强化计划预算委的职能,替百姓管好钱袋子。对此,深圳市财政委主任乔家华称,财政预算相对确实专业点,想让所有人看懂,可能不太现实。(1月18日《南方都市报》)

公开透明是民主监督的前提和基础,如果人民连政府花了多少钱、办了什么事都不清楚,自然也就无法监督钱花得合不合理,事办得称不称心。依此出发,深圳市近年来公开“三公”经费,无疑值得鼓励。要知道,除却中央部委之前被要求公开三公经费,地方省市区公开三公经费者,可谓寥寥无几。

不得不说,纵观中央部委乃至此次深圳预算公布情况,都离群众期待还有相当距离。原因则在于所公布的数字普遍较为笼统,很难让公众判断出这些支出是否合规合理,进而导致账本公开的意义,乃至公众的知情权和监督权都大打折扣。例如三公经费中,除却几个功能类数据,再看不到更细化的、一目了然

的小科目,也看不出各项支出具体情况,如此仅仅是列举笼统类别和几个简单数字,自然让人视财政账单如天书。以因公出国(境)经费为例,最理想化的展现方式无疑是,按批次说明出国人数、目的地、时限以及主要目标等内容。

令人遗憾的是,有关官员将这种因为预算过于抽象所造成的“看不懂”,归咎于预算的专业化。很明显,这种说法站不住脚。事实上,再专业的学术也可以用平实的话语表达出来,如果说一份预算报告就连参会的人大代表都看不懂,那公布预算又有何意义呢?更何况,把每一笔资金的来龙去脉说清楚,连买菜的老太太都能看懂,并不受“专业”限制。这方面香港就值得我们学习。香港每逢预算公开,政府不但在网站上发布详细文本,还在指定地点派发预算案的印刷版本,财政部门首长会奔波于电台、电视台,向民众详解预算案方方面面,至于财政预算案本身,则做得非常精致,文字、数据配合大量插图、表格、漫画,读起来饶有趣味。

在笔者看来,要人大代表以及公众充分行使对预算的监督权,建立针对预算公开有效的法治体系、行政考核和监督制度等,实在

是当务之急。一方面,有必要及时修订《预算法》或抓紧制订预算监督方面的法律法规,明确预算监督的主体、程序、后果等。特别地,要在公开科目设置上予以明确,目前公开的预算均为功能分类,而公众显然更希望公开经济分类的预算——经济分类更为具体,包括人头工资、奖金、差旅、接待、会务、购车等。

另一方面,全面构建起人大监督、公众监督等多种监督途径。预算公开不能光让政府部门沉浸在“专业”的自娱自乐中,还应当赋予公众考核评价的权利。《政府信息公开条例》明确要求建立信息公开的社会评议制度,而财政预算公开,无疑是信息公开最核心的内容,因此理当建立起专门的预算公开社会评议制度,由民意给各部门经费公开工作打分,以此倒逼职能部门想法子做一份让人看得懂的预算报告。

总之,预算公开要有大的突破,既需要制度上的顶层设计和中央以壮士断腕的决心强力推进,又有赖于体制内的人大质询、特定问题调查、预算修正等各项政治权力的启动,还有赖于民间社会的建议、批评等公民权利渠道的畅通无阻。

“保持春运运力”应用市场手段

龙敏飞 媒体人

“广州的出租车不能随外地‘的哥’们回老家过年了。”日前,广州市交委副主任赖亚林向记者证实,一年一度的春运即将来临,为了保安全、保畅通、保稳定、保和谐,要求凡广州市籍的营运出租车,承包司机春节期间一律不得擅自驾驶自己承包的营运出租车回乡,否则注销承包合同。(1月21日《人民日报》)

春运期间,的哥不能自驾承包车返乡,这的确让的哥“心寒”。一家团圆的朴素希望,是每个人的期盼,但如今,本来无需加入春运大军的的哥,也不得不加入春运大军,面对“一票难求”的尴尬。这般行政举措,于情于理都是说不过去的:一者,的哥交了“份子钱”,却无法自由支配自己的出租车,的确不合“理”;二者,行政手段之手过长,而政策背后,又看

不到人性化的影子,自是于“情”不合的。

必须承认,不允许的哥自驾承包车返乡,是有着良善初衷的,即保证春运期间的运力。毕竟,春运是人流高峰期,如果运力缺失,必然会损害城市形象。但是,初衷合理不等于可以采取行政的手段干预市场的行为,也不代表为了“良善初衷”可以“不择手段”。还有评论称,“的哥返乡”是小利益,“春运运力彰显的城市形象”是大利益,小利益应服从大利益,支持政府决策。这样的逻辑,不仅很牵强,更让人感觉穿越到“古代”了。

笔者看来,出租车行业虽然是一个服务性行业,但毕竟是一个市场化的行业,与行政部门的差距,还是很大的,不能用对待行政部门的手段对待出租车行业的管理,而应该用市场化的手段去解决出租车的问题。毕竟,权利与义务是对等的,既然出租车司机交了“份

子钱”是合法运营的,那他们理应有对车的自主支配权,不然,出租车司机凭啥交“份子钱”呢?

事实上,要解决春运运力问题,用人性化的市场手段,其效果可能更好,对准备返乡的出租车司机而言,即便不允许他们自驾承包车返乡,他们也可能购票回家,很难就因为这个政策不回家而继续“工作”。换言之,不允许自驾承包车的做法,并不能从根本上保证春运运力。真要解决问题,完全可以用市场手段让出租车司机“用脚投票”。如免除“份子钱”,如给予“补助”,让春节期间跑出租车的性价比变高,那出租车司机则很可能“错峰”回家团圆,岂不一举两得?

遗憾的是,在我们的行政意识里,一些人总认为自己“权力”大,似乎可以解决所有的问题。但其实,用权力主导去解决问题,往往并不能收获最佳的结果。

“月子水”背后的网购疏漏

雷泓霏 教育工作者

1月20日多家媒体报道,近年,“月子水”让不少产妇趋之若鹜,号称能防止大肚子、增加营养、瘦身催奶。记者调查发现“月子水”中蛋白质含量微乎其微,钙含量甚至不如矿泉水。

“月子水”看起来很玄,背后却有诸多网购疏漏。

无安全证书的疏漏。不管是什么水,只要在网上公然销售,成为商品,它就应该有“产品生产许可证”和“安全许可证”,特别是涉及到食品、药品方面的生产,更要“证照齐全”。“月子水”就算是保健品吧,总该有一个审批文号吧,我上网看了一款台湾生产的“月子水”,连起码的生产许可证书号都没有。没有

安全证书号,更没有许可证书号,却说效果如何神奇,这样的“承诺”能轻易相信吗?谁能保证这种“三无产品”的销售安全呢?如果你愿意让自己成为“实验小白鼠”,别人也不好说什么。

动辄随意忽悠的疏漏。效果好,一定要有充分的专家论证,以及相关的实验数据等。因为这毕竟涉及到健康问题。可这一类产品的销售提示,只是泛泛而谈,却没有任何翔实和权威的数据来支撑。所以,有关专家说,“月子水”“月子餐”里面含有酒精成分,产妇食用这类产品是不合理、不科学的,而且对婴幼儿的生长也非常不利,因为酒精成分毕竟是刺激性的东西。这是很有道理的。专家的话比销售者的忽悠,更值得信赖。

商家动辄炒作概念的疏漏。网络时代的一个最大特点就是信息传播快捷化,鼠标化,

指头一动,信息已经传遍了整个互联网。为了让自己的传播得到更多关注和点击率,“学会推销”以及“概念炒作”也成了不少网络销售人员的职业本能。明明就是一个米酒水,却打出了“月子水”的招牌,还起了一个非常动人的名字,让很多人不知道咋回事,觉得非常神奇,加上对“坐月子”常识知之不多,半信半疑间,就完成了网购。这样一来,商机就来了。转瞬间,就推动了“月子经济”。所以,专家说,“更多是商家炒作概念,产妇坐月子期间饮用正常的温开水即可”。

对于一哄而上的“月子水”,消费者应该淡定一点,有主见一点。况且专家表示,“平常常吃的那些有营养、易消化的食物,完全可以满足产后营养需求。”既然如此,我们何必花大钱去购买这种“天价水”呢?

央企高管高薪 你眼红啥?

蔡红东 财经工作者

一个时期以来,央企高管高薪成了社会各界舆论的焦点。诸如:“独享高薪,金融高管会不会脸红”;“央企高管年薪是职工数倍没道理”……等等这些观点,似乎让人感到央企高管一个个都是“吃萝卜的”。即使现在有些央企高管主动降薪,也还是难逃指责。眼下最时髦的口号是,央企是高管“养老”的后花园。

这种“抱怨式”的、胡乱指责的态度显然是不理性的。窃以为,如果央企高管与职工拿同样的年薪,那才叫真正的“没道理”。如果你觉得央企有哪个高管不如你,可以直接点名并出面“单挑”,与其比拼一下能力。

日前,看了一篇题为“央企高管薪酬应与业绩相符(1月17日《经济日报》)”的评论文章,其观点就很在理。企业效益好薪酬高,反之则降薪,这是国际通行的企业行为。央企负责人在国资委确定的薪酬之外主动降薪,表明了央企高管与员工齐心协力共同面对严峻市场形势的决心。这的确令人称道。然而,我们怎么还存心去打击央企高管的“决心”呢?如此落井下石,不是一个正常人的思维。也必然会给中国企业改革、经济社会发展带来负面影响。

在对待央企高管高薪这个问题上,我们要理性地去看待。

从2004年起,国资委就对所监管的央企全面实行经营者年薪制,包括与企业规模相关的基本年薪和与业绩考核挂钩的效益年薪。在此基础上,国资委还通过进一步研究,加入了股权等长期激励方式,逐步使央企经营者的报酬制度具有市场竞争力。相应地,央企全面试行经营目标管理,主要把实现利润作为企业年度经营目标,并据此对经营者进行业绩考核。应当说,国资委对央企老总的年薪“设计”,有利于其能力在市场经济下得以充分展现。

市场经济的快速发展,现代企业制度的逐步建立,唤醒了一直沉睡的中国企业。事实上,国资委对央企高管出台年薪制,还是属于“迟到的春天”。早在1994年9月,南方的深圳就率先推出了《试点企业董事长、总经理年薪制办法》,随后全国有不少省市也开始了年薪制试点,并收到了很好的效果。如当年的浙东啤酒股份有限公司、上海永生制笔股份有限公司等企业,就成为年薪制的典范,一度被各大新闻媒

体所称道。

央企高管年薪制实质上就是高薪制,其核心就是把经营者的利益与职工分离,同时与其生产经营的风险挂钩。高薪制的推行,有利于增强企业经营者的责任意识和风险意识,促进企业产权明晰和现代企业制度的建立。在市场经济下,央企作为一种企业制度在经济发展中具有特殊的作用。随着两权分离,资本从所有者手中转移到经营者手中。要使经营者最有效地运用资本,不仅取决于市场是否公平和有效率,而且取决于经营者能否最大限度地发挥其积极性和创造性,这从根本上是由利益分配机制决定的。

利益分配的机制是通过利益分配的形式来实现的。经营者的利益分配属于何种形式呢?首先,经营者不是出资者,他不能实行按资分配;其次,经营者不是普通的劳动者或雇员,他是资本所有者的代理人,他的利益分配也不能实行如同普通劳动者或雇员的按劳分配。本质上,经营者的利益分配是介于两者之间的一种分配形式。从按劳分配的角度看,经营者付出的是能力抑或是一种特殊的劳动,而不是资本。相应,经营者只能是多劳才能多得。由于经营者的劳动结果不是一种产品或一项服务,而是整个企业的效益,所以,这里的多劳多得又是以整个企业的效益为基础的,这显然不同于普通劳动者或雇员的按劳分配。他们的利益分配是以其直接劳动成果为依据。从按劳分配的角度看,经营者是代行所有者的经营权。在两权合一时,所有者自行经营,并借助自身的经营能力获取资本报酬。在两权分离后,经营能力的特征并未改变,只是由于所有者经营能力的限制而使其专家化了。

既然经营能力是为资本所有者谋取报酬的能力,而且,在两权合一时,这种能力所获取的收益都归资本所有者所有,那么,一旦两权分离,如果这种能力所获取的收益都归资本所有者所有,就没人愿意充当经营者,而只愿意充当普通劳动者或雇员。伴随所有者出资行为与经营行为的分离,以及所有者和经营者行为的分离,由经营能力所获取的收益也必须由所有者和经营者之间分割。这样,才能使经营者行为真正反映所有者的意愿,委托代理关系才能真正协调,经营者的积极性和创造性才能真正发挥。

明白了这些,你可能就不会再眼红了。