

企业用不着感谢政府

李万友 公务员

近日，赵克志书记来到贵阳代表团参加人大代表的讨论。老干妈陶华碧说感谢各级政府的关心支持，赵书记说，你不用感谢政府，这是他们应该做的，我们大家最应该感谢的是你陶华碧这样的纳税人、企业家，你直接解决那么多就业，带动那么多老百姓增收、提高生活水平，我们应该感谢你！（1月28日《贵州都市报》）

一来就感谢政府，明显给人一头雾水的感觉。其实，这是因为“老干妈”去年取得了骄人的成绩——实现产值33.7亿人民币，纳税4.3亿人民币。而在陶华碧看来，这是与政府的关心支持密不可分的，应该好好感谢下政府。也就是说，这种感谢可以理解。

可说到这里，不禁想起了温总理“倒过来说谢谢”一事。数年前，温总理在哈尔滨察看松花江水体污染情况，到居民小区慰

问群众时，一位市民说：“我们的生活井井有条，社会秩序也很好。谢谢党和政府，把群众放在心里。”对此，温总理说，“你这话要倒过来说，应该是党和政府谢谢你们，谢谢群众的理解、支持和配合。”

可喜的是，面对陶华碧突如其来的感谢，赵书记也像温总理一样“倒过来说谢谢”。这是再好不过的，说明温总理的“倒过来说谢谢”已根植于官员们的心中了。

不过，我倒觉得，政府本就是为企业和老百姓服务的，关心支持企业理所当然，实质上也是职责所在。对企业而言，没必要也不能“言谢”。换个角度看问题，即便是政府帮助老百姓解决了大大小小的问题，对于老百姓，也没必要感谢政府。

说白了，之所以出现企业或老百姓动辄就感谢政府的现象，是因为认知上的偏差：一旦企业得到政府的关心支持，老百姓的问题得到解决，就会“感谢政府”。但这都

是“感谢”的颠倒，也容易给群众造成错觉：政府部门按职责帮自己做事，自己就得“求着、捧着、感谢着”，明显要不得。

但必须清醒地认识到，政府是“为人民服务”的政治组织，所做的一切工作——关心支持企业发展，帮助老百姓解决问题，建设公共设施等，都是政府的本分，是其应尽的义务。而政府为企业和老百姓服务，都离不开二者的配合与支持，最该说“感谢”的是政府部门，而不是企业或老百姓，何况，政府也没有理由接受企业和老百姓的“感谢”。相反，对企业也好，老百姓也罢，政府不关心支持和扶持，或者说做得不够好，那才是失职的表现，也应该为此承担相应的责任，而企业和公民也完全有权利对政府“问责”。

一言以蔽之，口口声声宣称转变政府职能，打造服务型政府，就应该多考虑自己的责任，少期望企业和老百姓的感谢声，进而多倒过来感谢。



给公款吃喝“实名制”来点掌声

王捷 时评写手

在重庆市人大会上，人大代表段茂兵称，重庆餐桌1年浪费44亿元，公款宴请等是主因，他建议由重庆市政府制定相应制度制约公款吃喝浪费，如：将政府官员的接待情况在机关内部公开，实行“实名制”。（1月28日中国新闻网）

实名制大家已经不陌生了。比如，网络实名制、菜刀实名制、火车票实名制、微博实名制等等，各种各样的实名制早已令人眼花缭乱，以至于有人惊呼：国人患上了“实名制依赖症”，离开了实名制就没有别的招了。尽管实名制饱受争议，可笔者认为之前的任何一种实名制都没有公款吃喝实名制给力。因此，应该给建议公款吃喝实名制的人代表给点掌声，以资鼓励。

当下从中央到地方都在提倡“厉行勤

俭节约”、“严禁超标准接待”，中央还出台了“八项规定”、“六项禁令”等倡导节约、严禁公款浪费的规则。中央的禁令一出，全国上下纷纷击掌叫好，直呼“八项规定”和“六项禁令”给力。然而，一些爱上了公款吃喝的人并没有因此变得规矩老实，有的人胡吃海喝玩起了潜伏和“躲猫猫”。

据媒体报道，虽然禁令出台之后，星级酒店和宾馆的生意冷了很多，可是一部分机关和企业把年会、宴请搬到了驻京办。据媒体暗访发现，甘肃、福建、河北、河南、内蒙古、四川等10余家省级驻京办餐厅，至少3日内餐厅的包间和宴会厅都已预订一空，“主要都是国企和政府部门的公务接待和年会”。（1月28日《新京报》）

公款吃喝搬到驻京办，足见公款吃喝“低调”了，也足见中央禁令的威力，不过当下仍然是，只要公款吃喝一开席，尽管

场面不及星级酒店豪华体面，而面对权贵谁也不敢造次，轻易得罪“重要”客人。于是餐桌上的“菜品、酒品、烟品”等仍然以显示主人的“热情、面子”和接待客人的“地位、重要”为主，有高达18000元一桌的菜品，有5400元一瓶的拉菲，有150元一包的真龙烟……“餐桌上的繁华”仍然是特权的象征和代表符号，因此“低调”的宴请仍然难掩公款吃喝的奢侈与浪费。

但是，如果公款吃喝实行实名制，每次花费的公款都一五一十的登记好官员的名字，然后在机关内部公开，甚至向社会公开，看谁还敢以特权和职务为尊胡吃海喝，看谁还敢显示自己对客人的“热情与尊重”。因为，实名制下谁吃得奢侈、谁浪费，都会成为舆论的靶子，吃不了的豪华“剩宴”真要“兜”着走了。如果真有这样的制度，怎能不令人叫好呢？

“疗效”才是医疗产品最好的广告

龙敏飞 媒体人

近日，有微博称，优卡丹和好娃娃小儿氨酚烷胺颗粒，被证明对儿童的肝肾毒性，“一岁内禁服，六岁内慎服”。26日，优卡丹官方微博回应，已修改产品说明书，一岁以下婴幼儿应禁食优卡丹。优卡丹代言人宋丹丹在微博称，如属实将道歉，且不管怎么，都“不会再代言任何药品类广告！”（1月27日《新京报》）

现实中，的确有一个很奇怪的逻辑，医疗产品一有问题，很多人总是想起代言的明星，然后对其进行质疑，赵忠祥、侯耀文等人皆遭遇了这样的尴尬，如今，因为优卡丹的问题，宋丹丹也被置于舆论风尖上，直到宋丹丹表示“不再代言医疗广告”，才得以完美转身。

笔者认为，名人代言医疗广告，其实是

无所谓的。毕竟，“明星代言”是没有原罪的，药品好不好，跟明星羊毛钱关系都没有。

虽然明星代言可能会给人一些引导，但只要公众树立了正确的医疗观，再有名气的明星代言，都是白费力气的。所谓正确的医疗观，便是将药品代言与现实疗效区分开来，要知道，明星代言只是一起“收钱办事”的事情，自己在选择药品时，还应以“疗效”为第一选择，不能以明星代言为第一选择，要抛却“明星崇拜情结”，才可能选择最正确的药品。

此外，就“医疗广告”而言，必须厘清的是，广告毕竟只是广告，不能充当“说明书”的作用，也不是疗效的检测器。就医疗问题而言，绝不是明星代言所致，而是商家良心的丢失与监管“打酱油”所致，这两方面的“失范”才是问题的根源。医疗产品一出问题，就盯着代言的明星，放松对问

题厂家与问题监管的警惕，这必然是贻害无穷的。

此前，有多次禁播名人代言的医疗广告的传闻，这的确代表一种民意和呼声，却不够客观理性。正如广电总局任谦副司长所言：“名人代言医疗广告并不会被禁播，只是名人不能做证明式的医疗广告，也就是不能在医疗广告中为其疗效做证明。”这样的表态，无疑是理性客观的，也是我们理应秉承的一种态度，即在任何时刻、任何地点，都不应放弃对问题本源的追寻。

众所周知，对医疗产品而言，疗效才是最好的广告，任何的明星代言都不是，因为明星无法替代公众去体验产品的疗效。所以，一方面，我们不要迷信任何名人代言的医疗产品；另一方面，我们理应对有问题的厂家与监管问责，而不是拿代言的明星开刀。

“费坚强”背后是谁在撑腰？

王琦 职员

1月27日，广东人大代表林慧在审议时称，广深高速路路况差，但收费一直高居全国前列。从2003年开始，就有人大代表呼吁解决问题，十年过去，仅从72元降到70元。林慧称，广深高速的收费堪称“费坚强”。（1月28日《深圳商报》）

广深高速的高收费问题一直饱受争议，更荣获“中国最赚钱公路”的美称，但是你说你的，我做我的，正所谓“收别人的费让别人说去吧。”广深高速在如此强大的压力下，似乎也做了“牺牲”和“屈服”。2012年6月广东省交通运输厅曾发布过全省统一收费标准，降低包括华快一期、广深高速等7条高速公路收费标准文件，但是在众人奔走相告、欢呼雀跃的时候，人们惊奇的发现，收费从72元“降”到了74元。到了去年12月，广深高速又从74元调回到了70元。如此的屈服与牺牲，实在让我们叹为观止，惊呼“伤不起”。

赚钱的不仅仅是“费坚强”的广深高速，还包括各地众多的高速公路。抛开368万元的“天价过路费”事件不谈，仅看我国社会物流成本占GDP的18%，就可知中国“买路钱”之贵。如此“暴利”的背后，是各种收费乱象，标准的不统一、单方面“一口价”、随意延长收费期等高速路赚钱秘笈，造就了这台高速运转的超大豪华型印钞机。仍以广深高速为例，从虎门至长安段，本该只收8.4元，但为“减少票据种类以提高收费员工作效率”，便“四舍五入”为10元。如此定价，到底经过谁的同意？降下来的2元钱，难道是在这里省出来的？难道除了这2元钱，广深高速真的没有再次下调的余地了？“费坚强”背后到底是谁在撑腰？

“贷款修路，收费还贷”，这本是一项利国利民的政策，高速公路的迅速铺就，的确给予了人民诸多的方便与实惠，但是如果高速路从为人民服务变成“吃人的老虎”，那就背离其本义了。畸高的“买路钱”，到底是维护公路运营必须付出的成

本，还是更多的让部分人中饱私囊？建高速公路就是为了连通各地，降低物流成本，拉动经济发展，如果物流成本都流向了高速公路，流向了部分私人的腰包，那“要想富先修路”，富的也只能是私人，而不是百姓。降低过路费，从小的方面说，是给车主减负，从大的方面说，降低了过高的物流成本，能进而降低物价，推动经济向前发展。

还贷总有年限，有的路还了二三十年，难道还没还完？违规收费达14.5亿元的郑州黄河公路大桥告诉我们，通过转让收费权等方式，想继续收费并不难。由此可见，收费乱、违规收费等现象多发，根源在于相关法规的不完善以及程序的不透明。尽快建立完善的法规，出台统一的收费标准，公开修路贷款数额及还贷年限可说是一个好办法，如果政府不能面面俱到实行监督，那么交给人民吧。相信每一个有车族，都会用他们雪亮的慧眼，把这高速收费看个清清楚楚、明明白白。

高铁“空跑”春运的黑色幽默

范广阔 职员

樊先生发微博称，1月25日下午4点50分，他在北京南站购买去合肥的高铁商务座票，售票处告诉他没有票，但他托人买到票上车后，发现全车厢加他才三个人。列车马上到合肥时，商务车厢才五个人。樊先生还发了一张车厢内大部分是空座的图片。此事引发网友热议。（1月27日《新京报》）

一年一度的春运大幕已经开启，中国正式进入“春运时间”。当现在买票已经不叫买票，而是叫“抢票”的时候，火车车票和运力资源的紧张程度可想而知。在这种情况下，开往春运的高铁上一节空荡荡的车厢，无疑是触目惊心的。

面对质疑，北京南站解释称这是因为客运服务人员业务不熟练，错误操作导致回答不准确。先不说这样的解释是否站得住脚，但事实是不容争议的，那就是在春运车票一票难求的情况下，部分高铁商务车厢出现了乘客寥寥无几，列车几近“空跑”的怪异现象。一方面是普通乘客一票难求，春运资源分外紧张，另一方面却是列车“空跑”，这样的反差，既让人想不通，又让人觉得格外不合理。

高铁商务车厢之所以乘客寥寥无

几，当然是因为票价太贵，买票的人太少。如果单纯从市场角度来看，这是一种正常的现象，是票价不同导致乘客出现自然分流的结果。但是从春运资源的充分利用，以及保障公众利益的角度来看，这种现象绝对是不正常的。既然普通车厢人满为患，大量的乘客连一张回家的站票都买不到，怎么能容忍商务车厢“空跑”？这样的资源浪费，铁路部门难道不觉得可惜吗？

这一方面说明商务车厢的票价实在太高，乃至超过了绝大多数人的经济承受能力；另一方面也说明商务车厢设置的不合理，超过了真正的市场需要，供大于求了。这就很容易引起公众的质疑和争议：为什么铁路部门宁愿商务车厢出现“空跑”，也不愿意降低票价，以充分利用资源？为什么商务车厢出现了供大于求的现象，铁路部门也不愿意减少商务车厢的数量，把有限的运力资源用到刀刃上去？

也许依靠降低商务车厢的票价或者是减少商务车厢的数量，无法从根本上改变春运一票难求，运力紧张的局面，但是至少可以减少资源的浪费，让更多的旅客顺利回家。更重要的是，可以让公众看到铁路部门解决春运难题的诚意和态度。

高铁盒饭背后的垄断生意经

江德斌 自由撰稿人

早在2011年底，铁道部明确要求：要保证旅客列车有2元以下矿泉水、15元以下盒饭等供应，且不得断供。但在部分高铁餐车上根本就买不到10元甚至15元的盒饭。乘务员一语点破玄机：有15元的方便面，你还会去买40元的盒饭吗？（据1月29日《现代金报》）

只卖贵的，不卖对的。高铁盒饭深谙此道，焉能不赚大钱。虽说乘客根据自身消费条件，各有所需。但在高铁只提供高价盒饭之时，就等于变相剥夺了乘客的自由选择权。

高铁只卖高价盒饭的做法，乃是基于垄断所致。由于火车上的封闭性限制，盒饭就是独门生意，理论上而言，在没有竞争的情况下，想卖多高都可以。

火车上的盒饭普遍卖得贵，不仅仅是高铁独有现象，其他型号的列车也是如此。仅就性价比而言，火车盒饭既不实惠，也不美味，鲜有人发自内心的称赞，绝大部分乘客是出于无奈，被迫选择购买。说实话，火车盒饭就那点配菜，还不如方便面吃的舒心，这也是很多乘客宁肯自己带方便面，也不愿意吃火车盒饭的原因。

令人奇怪的是，在每条高铁线路开通之时，总将丰富多样的菜肴当做宣传重点，似乎天南海北的美味佳肴尽在高

铁中，价格也拉开几个档次。可如今，却只剩下最贵的盒饭，莫非那些都是忽悠人的广告？而且，便宜的盒饭预备数量极少，最贵的盒饭反而预备数量最多，如此诡异的份额配置，明显违背销售规律，显然是依托垄断保护，牟取利润最大化。

铁路系统仍固守计划经济模式，并未遵循市场竞争原则，“铁老大”养尊处优惯了，高铁盒饭卖出垄断高价，也就毫不奇怪了。而铁道部的相关规定被高铁无视，则说明内部约束力已下降，无法控制到所有线路，旧有的计划经济管理模式，已经不能适应市场经济的逐利冲动，需要尽快予以调整。

铁道部打着国家利益的旗号固步自封，不肯开放市场，又缺乏有效监督机制，导致腐败横行，天价采购、天价回扣等层出不穷，均摊入到高铁成本里。而在高铁正常运营时，也仍然抱着垄断不丢，各种丑闻频频曝光，乘客花了大价钱，却未享受到高质量服务，反要忍受被宰割的痛楚。

因此，在批评高铁盒饭卖得不合理之际，除了呼吁其遵守铁道部规定，还要认识到问题根源，乃是牢固的垄断堡垒所致。只有打破铁道部的垄断格局，步入市场化竞争，那些不合理的行为，才会在竞争压力下消失。“铁老大”的服务也会随之提升上来。