

# 企业弃星是“自废武功”

■ 左崇年

今年起，北京市政府采购的会议定点场所不再纳入“五星级”酒店。媒体调查发现了一个匪夷所思的现象，北京近日有五星级酒店主动放弃星级，或是通过资产重组等方式摘掉“五星”的帽子。同时，在今年政府采购会议定点场所中，不少酒店都是“无星级”。

“降星”、“弃星”热，从某种意义上说，反证了中央八项规定、六项禁令在反对“四风”中取得阶段性成果，彰显了“反四风”的威力。“政府采购”也不再迷信“星”，“天上星星亮晶晶”的时代已经不再“星光闪烁”。这是社会进步的标志。

但是“理想很丰满，现实很骨感”，餐饮企业“降星”、“弃星”的真正目的不是“拒星”，而是一种“被蒙蔽的谎言”和假象。

“星”永远都是亮晶晶的，“星级”没有原罪，而且“星级”也是商家、企业的实力和形象的门面。我国从上世纪五六十年代开始，按照餐饮企业的建筑设备、饭店规模、服务质量、管理水平，逐渐形成了比较统一的等级标准，通行的旅游饭店的等级共分五等，最低为一星级，最高为白金五星级。星级越高，表示档次越高。

由此可见，“星级”是企业的荣誉，是一种量化的服务水准。想当年，企业为了那一颗颗的“星”，可谓煞费心机。为了那颗“星”企业付出了多少心血和汗水，企业“追星族”



令许许多多没有实力的单位望“星”兴叹！对企业来说，“星级”是用实力换来的，具有一定含金

量，它就是金字招牌，就是资源和宝贵财富。来之不易，当好好珍惜。政府可以“弃星”，但这种“弃星”的目的是让各级领导干部改变作风，遏制公款消费，让“三公消费”不再出现浪费和腐败。此事本与企业无关，但有些企业似乎就受不了，觉得活不下去了，不得不说，这不是一种正常现象。

政府采购的会议定点场所不再纳入“五星级”酒店，这不是让企业“弃星”的必然选择。作为企业不应该看政府的眼色行事，纷纷用“降星”、“弃星”的下策应对，这是一种短视眼光。

企业要警惕，政府采购不是免费的午餐，主动“降星”、“弃星”的短视眼光“是自废武功”的非明智选择，从眼前来看，是“快速掉头”的不二选择，但从长远眼光来看，这是在一棵树上吊死人的非理性的“自尽”，是“虱子争猪”式的恶性竞争。

企业首先应该看到，现代政府采购制度的确立无非是为了在实现公共政策目标的同时尽可能节约公共资金。实际上，政府采购的买卖已经不像以前那么好做了，比如财政部日前印发《关于做好政府采购代理机构资格认定行政许可取消后相关政策衔接工作的通知》就明确规定，自2014年8月31日起，取消财政部及省级人民政府财政部门负责实施的政府采购代理机构资格认定行

## 法治政府当一诺千金

■ 徐扬

根据气象预报，近期京津冀地区大气扩散条件将变差，新一轮雾霾将袭来。置身雾霾的“未来往往”，有网民晒出一张15年前刊登大气污染治理内容的报纸，引发了网络上的共鸣。

这则头条标题印着“绝不让污染的大气进入新世纪”的老报纸网帖博得众人一乐，政府部门却不可一笑而过。在互联网时代，每个人都可以通过大数据来检验政府的承诺有没有兑现、完成了多少。“拍着胸脯打包票，时间到了没结果”，这样的事情与法治政府的精神背道而驰，也不能让群众满意点赞。

法治政府当一诺千金，言必行、行必果。多年来各级政府部门在环保工作上做了大量工作，取得了明显成效，这也是不争的事实。但治理的速度与效果距离人民群众的要求也有较大差距。

今天的新闻，就是明天的历史；今天的承诺，不应变成明天的笑话。可历史证明，有的承诺到头来仍是空头支票一张，笑话一个。例如，当年解决春运“一票难求”的时间表一改再改，令不少网民直呼“寒心”；承诺取缔的乱补课，在有些地方仍不同程度存在。对于一些政府部门没有落实的豪言壮语，有人戏称：他们就像是在下象棋，目标总是“将将”，将要怎么样。

公众反对的是不计后果的大包大揽、有头无尾的“承诺白条”。客观看，有些承诺没完全落实，原因是多方面的，板子不能全打在政府部门身上。例如，客观看，随着科技的发展，人们对PM2.5等污染物的认识也有一个渐进的过程。但作为老百姓的看家人，就要有敢担当的责任感。说了的就要全力去做，承诺落实有瑕疵，要跟公众解释清楚，赢得大家的理解与支持，重新整装再出发。

与之相反，面对公众质疑，当鸵鸟躲猫猫，置之不理，则会失信于民。十八届四中全会提出，全面推进政务公开，坚持以公开为常态、不公开为例外原则，推进决策公开、执行公开、管理公开、服务公开、结果公开。依法公开，这也是对政府是否诚实守信的有效监督。

无信则不立。政府权力来自人民、源自法授。既要夙夜在公努力兑现承诺，又要做到对民坦诚真诚，这是建设法治政府的应有之义和必行之举。

## 一汽大众召回 消费者信心打不起补丁

■ 马晓成

最近，一汽大众表示将召回其56万辆速腾汽车，并在其后轴纵臂上安装金属板，还提醒消费者后轴再出现问题时，“金属板会发出持续的警示性噪音”。

一汽大众用打“补丁”方式解决其后轴纵臂的质量问题，的确让广大车主感到惊愕：既然是大规模召回，就说明不是个别问题；采用一块金属板“补丁”，能否解决后轴安

全问题？

其实车主的诉求很简单，更换有问题的后轴纵臂。而此次打“补丁”的结果，用一汽大众的话说，当后轴再出现问题时，“金属板会发出持续的警示性噪音”。

有网友吐槽，是不是意味着以后开车就不能听音乐了，必须竖起耳朵时刻听“提示性的”警报声呢？

分析人士认为，发出“警示性噪音”和消费者彻底更换的诉求，可谓相去甚远。如果在高速行驶的状态下发生后轴断裂，会对车主的生命安全造成极大的威胁。而打过“补丁”后，大众也不敢保证后轴断裂的现象不再发生。

据了解，重新换成多连杆后桥的工艺并不难，两个熟练工人工作两小时后基本可以完成，最多再花一小时做后轮定位。如果能用一块百元左右的金属板替代上千元的新后桥，省下来的钱可真不是一笔小账。

不少消费者认为，一汽大众给出的解决方案“太过敷衍”，显然是“店大欺客”。对于后轴的质量问题不但没根本解决，倒像是在挑战消费者的心理底线：先是死不承认，之后打“补丁”召回。即便是召回，大众沃尔夫斯堡发言人依然坚称这是中国消费者用车习惯的问题，与车无关。

业内人士对“驾驶习惯导致断轴说”并不认同：“为什么同平台生产的老款车型就没这个问题呢？”

作为一家名牌企业，大众在中国的两家合作伙伴一汽大众、上海大众已经占据了汽车销量榜的前两位，或许这就是大众敢于忽略中国消费者诉求的原因吧。不过我们得提醒大众，打“补丁”或许可以省一些钱，却损害了中国消费者的信心。

汽车后轴纵臂可以打补丁，但消费者信心却打不起“补丁”，只有过硬的质量加上满意的服务，才能支撑起一个消费者心目中的好品牌。

## 高速收费延期 政府岂能拿法律当橡皮筋

■ 陈灏

山东等地部分政府还贷高速公路收费期限将满，由此引发的高速公路逾期收费话题再度成为关注焦点。在党的十八届四中全会强调依法行政的氛围当中，有的地方部门仍试图突破法规约束，延长高速公路收费期，堪称咄咄怪事。

对于政府还贷公路的收费期限，收费公路管理条例第14条明确规定，最长不得超过15年，中西部省、自治区、直辖市不得超过20年。条例还规定，收费公路的收费期限届满，以及政府还贷公路收费期限届满前已经还清贷款、还清有偿集资款的，必须终止收费。很显然，收费期限届满停止收费属于“有法律规定必须为”的刚性要求。

法规既然有明文规定，政府部门理应严格执行。但多年来，到期终止收费的公路微乎其微，反倒是许多地区绞尽脑汁给收费期满的政府还贷高速公路延长收费期限。除简单粗暴地直接延期外，变更经营性质、大肆改扩建然后以“新路”的名义重新开始收费也是常见的手段。

突破最高收费期限，地方政府部门的理由很多：如缺乏养护费用、贷款没还完、免费会破坏高速路网的整体性等，个别部门还拿出了“防拥堵”的荒诞借口。但无论是收

费公路管理条例还是公路法，都没有允许在收费期满或还贷结束后继续收费。这些地方

政府部门搬出的理由不论正当与否，



都不足以撼动法规的刚性。

公路法和收费公路管理条例对收费期限这一核心问题的规定，地方公路管理部门不会不知道。打破“天花板”超期收费，即便真有难言之隐，仍难摆脱“知法犯法”的嫌疑。

党的十八届四中全会提出，要深入推进依法行政，加快建设法治政府。这需要各级政府部门牢固树立宪法和法律至上的理念，将法治思维和法治方式贯穿于现实工作中，使各项政策内容合法、程序合法。倘若政府部门自身都不守法，何以严格执法？

法律的生命力在于实施，法律的权威也在于实施。只有做到有法必依、执法必严、违法必究，依法治国才能落到实处。对拿法律当橡皮筋，随意延长高速公路收费期限的政府行为，公民可以依法提起诉讼，法院应当依法受理。同时，上级监管部门应对这类行为予以纠正，以保障法规尊严。

## 中国高铁的优势是物美价廉

■ 钟菁



10月23日，中国北车、中国南车等高铁概念股逆市上涨。此次促使股票上涨的动力是美国马萨诸塞州交通局已正式批准向中国北车采购284辆地铁车辆，这是中国轨道交通装备企业在美国面向全球的招标中首次胜出。几天前，中国南车也发布消息，该公司正式向加州政府提交了参与竞标加利福尼亚州高铁项目的意向函，加州政府确认并接受了南车的意向函。

打开美国市场，中国高铁算是迈上了一个新台阶，美国市场的辐射效应可以覆盖全球。据德国权威机构SCI Verkehr公司统计，美国是世界上仅次于中国的第二大铁路市场，对轨道交通车辆的需求较为强劲。目前，纽约、费城、洛杉矶、芝加哥等城市有十余条城市轨道交通线路有车辆更新计划。这样的市场，任何一个国家的高速列车生产企业都会垂涎。中国高铁企业参与竞争的压力也会很大。

近几年，中国北车和中国南车在高速铁路领域的竞争中已经取得领先。从2004年进军海外开始，经过10年的市场锤炼，中国高铁企业经历了由配件出口到整车出口，由中低端产品到高端产品，由欠发达市场到发达市场的转变。

在亚洲，泰国高铁项目恢复以及泰国轨距与中国接轨，中泰高铁合作再进一步，同时中国高铁还在力求进入印度庞大的轨道交通市场。在南美洲，中国与巴西、秘鲁将开展连接大西洋和太平洋的两洋铁路合作，并建议组建三国联合工作组。在欧洲，中国南车制造的动车组首次进入欧洲市场。

我国领导人多次在出访海外时充当高铁“推销员”，包括国务院总理李克强近期出访俄罗斯等国家时，也当起了高铁的推销员，高铁已成为中国高层领导人出访的高频词汇，甚至还有了“高铁外交”的说法。

根据SCI Verkehr公司发布的数据，中国北车2011、2012、2013连续3年位居全球轨道交通装备的“世界冠军”，也是世界最大的地铁车辆供应商，近5年来占据全球

政许可事项，财政部门将对代理机构实行“宽进严管”，遏制围绕代理机构发生的权力寻租现象。在这种情况下，采购回归本质有其必然性，对采购的严管已成必然的政治风气。

再者，企业一面呼吁政府简政放权，提高企业市场的地位，一面又对权力带来的“实惠”恋恋不舍，这反映了不少企业的矛盾心理，难道不是企业该反思的吗？如果一些企业靠政府扶持得以苟活，而产品的质量和和服务不能很好地贴近市场，一旦失去权力的照顾，便无生存能力，这恐怕是任何一家企业都不愿意踏入的发展路径。正如格力集团董事长董明珠所说：无论如何，最终企业竞争的成败还是要靠“自己锻炼”，强身健体，总结改革开放几十年的经验可以看出，企业打针、政府喂药的结果往往是企业得病、经济发烧。

政府采购“弃星”让企业离开了“政府包养”的襁褓，作为企业应走出政府采购的依赖，以此为契机，学会在市场中生存发展，站稳脚跟，立足市场潮头，必须有所追求，有所创新，更应该多“创星”练内功，不再上演“楚之猎者”的悲剧。

市场经济要用市场的眼光来看待，用心保持“星”的实力才能在中立于不败之地。企业不能只盯着“皇粮”不放，而应把眼光瞄准市场，吃“市场饭”才会香喷喷。

地铁车辆22.4%的市场份额。中国的高铁产品力求做到“物美价廉”，这主要得益于中国企业出色的成本控制能力，一方面在人工成本领域占有优势；另一方面，中国产业链成本更低。目前中国拥有最全的高速动车组制造产业链，能够以更低价格采购到同样品质的零部件。

即便是这样的大好形势，中国北车和中国南车等高铁企业也不能盲目乐观。对中国企业而言，价格优势是参与竞争的最显著优势之一，但低价格大大压缩了企业的利润空间，相比之于国内，国外的材料费用和人力资源成本会比较高，这让中国高铁走出去并不轻松。

要解决人力资源成本过高的问题，中国企业需要采取本土化战略，只是向外输出技术，实现本土化。比如，中国铁建已经在非洲开展“属地化经营”的策略，明确在项目报价时规定当地人与中国人的比例不低于10：1；在安排现场施工时，要求当地人与中国人比例不得小于25：1。

## 别做增速重压之下的莽夫

■ 任民

快慢只是一时，好坏才关长远。经济下行压力之下，需要我们怀着一颗冷静的心，辩证看待快和慢，毫不动摇推进转型升级

日前，国家统计局发布了前三季度GDP数据，按可比价格计算，同比增长了7.4%。国民经济保持了总体平稳，处于年初制定的目标区间中。但具体到一些地方，年度任务指标“压力山大”，有的主政者坐不住了，甚至鞋底长草——“慌(荒)了脚”。

前不久遇到一位县领导，谈起经济形势，他一抓头皮，二摇头。这个县过去一直是所在市GDP的领头羊，该市的GDP在省里举足轻重，可谓率一“县”而动全“省”。可今年前三季度，该县GDP增速接连下滑，被不少“小兄弟”逆袭超越。说的不唯GDP论英雄，实际上从省里到市里再到县里，指标还是层层加码，这让一些干部能不上火吗？

县里GDP增速为啥下滑？除了整体的下行压力，这位领导总结出了三条：一是抓环保，主动关停几家冶金企业，存量塌了一个窟窿；二是探索生态农业、生物制药，几年后才能见效；三是当地一家大型酒厂，今年高端的卖不动，中低端产品没跟上。听完讲述，我送上四个字：可喜可贺——这种“下滑”其实是“黎明前的黑暗”，挺过去就是一片新的天地。

过去，一些地方的治理者，凭借光鲜的数字，一路凯歌。等“上位”后，回头还用这套“试卷”考下属，甚至增加难度系数。对此，不少基层干部笑而不语，言外之意：不拼GDP，还能拼什么？经济下行压力持续加大，年底面临结账，重压之下必有“莽夫”，一些蛮干有所抬头，走起回头路，值得警醒。

有的铆足劲开始冲关。大会小会就是两个字：投资，投资，投资！逼得基层干部“投资上不去，头都抬不起”。回头路最熟，也最好走，上项目捡到篮里都是菜。把臭豆腐当香饽饽，只管解馋，不管长远。殊不知，香臭不分将来是要闹肚子的。到那时悔之晚矣，请神容易送神难，苦果只能自己咽。

有的在报表上变魔术。一位乡政府工作的朋友，年底头等大事就是“制作”报表。拿工业增加值来说，本该一家家来算，他们反过来，领导先定大盘子，然后分解给各企业。这不是典型的自欺欺人吗？朋友笑了：县里如此把指标分给乡里，我们只能照着葫芦画瓢。成绩不够数字来凑，一个乡这般儿戏，一个县会怎样？一个市又会如何？

中国经济正在爬坡过坎，一手稳增长、一手调结构，将是新常态。告别传统的“冒黑烟、吐黑水”，必然伴随阵痛、甚至剧痛，这是成长的代价。对于地方主政者来讲，稳定于一定区间的“慢”，是大势所趋，不见得是坏事。识大势、善借势，借机转型，宁可慢一点，也要好一点，才是聪明人，才能迎来不远的处的柳暗花明。相反，关门打小九九，别人不是慢了吗，我这正好再冲一把，结果自作聪明，老路上越滑越远，终将山穷水尽。

快慢只是一时，好坏才关长远。开车的朋友都有过体验，高速公路上，跑得快且稳的大多是名牌车，这就是“又好又快”；车子很差，非要轰油门，拼命提速，难免要出事。发展经济也是同理，欲速则不达，只有好起来，才能持续地快起来。做智者，别做“莽夫”，需要我们怀着一颗冷静的心。在此方面，领导要带头，要有定力，辩证看待快和慢，毫不动摇推进转型升级。领导有定力，基层才有方向，才敢于淡定地面对、勇敢地笃行。

