

# 卡拉要统一,收费却难 OK

## 【今日视点】

KTV收费管理最近成了一个热点话题。当人们还在对国家版权局卡拉OK收费标准争论之时,文化部也不甘“寂寞”来凑热闹,推出了与版权局一套不同的卡拉OK收费标准。

(8月4日《新京报》) 客观地说, KTV收费问题版权局和文化部都有职责,但现在两个部门先后推出两个不同卡拉OK收费标准,却让消费者尤其是卡拉OK经营者感到无所适从。究竟是哪家的更合理、更科学暂且不论,作为商家在当前究竟

该采取谁的收费标准以及计费系统,现在看来已成为一个十分棘手的难题。尤其是在一个事实上在大多数地方都存在“执法经济”的氛围下,哪个部门都是“爷”,都不敢得罪,这可让经营者犯了难。到头来,不能让商家上两套计费系统,执行两套收费标准吧?

无利不起早。明眼人一看就知,国家版权局和文化部之所以先后积极介入 KTV收费管理领域,无非是一个利字在作怪。用专家的话说,“这样一个关涉公共利益和法律规范的重要举措,相关部门却缺乏事前甚至事后的

沟通和协调,这是令人遗憾的”。商家还没说什么,两家管理部门倒先吵起嘴来,争先出台自己的计费系统和收费标准,实在是让人哭笑不得。

更重要的是,两个部门“打架”将在无形中割裂政府权威。两部门各自出台 KTV计费系统和收费标准的做法,已经使“法令制度”失去了严谨性和权威性;而两家为“利”吵嘴更是使他们的“法令制度”在失去了严谨和权威性之后,又丢掉了行政道德的支撑。“法令制度”严谨和权威性没有了,行政道德支撑也塌掉了,人们心中对制度的信仰和政府权威

也随之消弭了。

都是收取版权费,都是声称以保护知识产权为初衷,但是,同一个公共管理目标和愿望,却要先后由不同管理部门来实现,这种“各自为政”的多头管理、政出多门,让人们无所适从,显然已经背离了公共管理的初衷,损害了人们对制度的信仰,割裂了政府权威。这种“各自为政”不仅体现在 KTV 收费问题上,城管给城管扒裤子,刑警打交警等最近发生的一些事件,都是管理部门因为“利益”做出的丑闻。这种损害政府权威的现象,值得警惕。

(石敬涛 山东 职员)

# “录取费之争”害苦了学生

## 【公民发言】

北大、清华、人大、复旦等七所高校拒向江苏教育考试院交纳每生30元的高招网上录取费,而江苏教育考试院拒向七所高校发送学生录取名册,从而引发了一场声势浩大的“录取费之争”。近日常教育部调解,今年的争斗暂告一个段落。而所涉高校和江苏教育考试院均表示,如无解决方案,来年仍会继续“顶牛”。

(《新京报》8月3日) 这是一场金钱争夺战,也是一场权势争夺战。所以双方谁也不让步,也没打算让步。而这场争斗的最大输家,不是高校也不是考试院,而是千万考生,他们被莫名其妙地卷入到一场争斗之中,他们一分钱没少交,谁也没有得罪,却成了这场争斗的惟一“牺牲品”——不能及时接到录取通知书事小,几年之后不能正常毕业事大。

我们已经很难判断七所高校与江苏考试院孰是孰非,双方似乎都振振有词、有理有据,都貌似正义。可在我看来,以损害第三方利益——考生利益为代价的这场争斗,毫无正义性可言,根本就没有正义的一方。

先说七所高校。我国现行的高招模式使得高校招生工作的成本相当低廉,大部分工作都由各地考试院承担,高校只须看分数提档、发通知书即可,网上录取更使得高校无须

亲临现场就能录取到满意的学生。每招一个学生花30元的录取费,无论如何都不算多。高校向每个学生收取的学费,一年五六千甚至上万元,怎么就不能拿出区区30元作为录取费?一些高校动辄年薪百万聘任长,动辄被审计出滥用巨额资金,怎么在关系到学生切身利益的问题上,就那么抠门?

再说教育考试院。高考之前已经向每名考生收取了报名费,这笔费用理应包括支付录取工作的开销。当然你可以说学生交的报名费不够用,那么就请你拿出证据,向社会公开报名费究竟用在了哪里、用了多少、还缺多少。如果向高校收取录取费,也得向社会公开录取费的用途,搞一个支付清单,接受社会监督。而现实的情况却是,报名费用在了哪里、用得是否合理,全然一笔糊涂账。在此情况下再向高校收取录取费,其正当性、合理性自然令人怀疑。

这场关于录取费的争斗,没有正义方,也不会有真正的赢家。也许这场争斗,只是新时期地方教育考试部门与高等院校利益纷争的一个序幕,将来双方在各个方面的争斗还将继续,并可能升级。那么就请教育部发挥积极作用,平衡各方利益,出台政策或拿出解决方案,及时平息各方争斗,避免广大学生再次成为争斗的“牺牲品”。

(晏扬 上海 教师)

# “扑杀狂犬”不能乱挥大棒

## 【异论锋生】

今年以来,山东济宁市狂犬病疫情出现较大上升,截至8月3日,已先后造成16例病人死亡。济宁市目前正采取措施给狗强制免疫或扑杀狗。

(《新华网》8月3日) 济宁市与云南牟定县全城杀狗似乎没有太大的区别,但细看之下还是高下立判。一个最简单的例子,牟定县将全城的狗都强制扑杀,不加区分一条不剩。正是由于这个决定有些过于残忍,才会在网上引发众多动物保护主义者的强烈谴责。但济宁市的规定是:在出现狂犬病病例的地方,扑杀半径5公里范围内的狗;半径5公里至15公里范围内,畜牧部门为狗强制免疫,工商部门将强化监管市场上流通的狗产品。

济宁市这一区别对待的办法,显示出政府部门在突发事件管理上的智慧和自信。我

们常说,好的政府是一个有限的政府,同时也是一个善治的政府。其内在含义就是,政府在遇到诸如狂犬病之类给百姓带来灾难的重大事件时,不能惊慌失措,更不能采取一刀切式的粗暴治理方式,而是在治理中充分体现政府的智慧与自信。

同样是面临着狂犬病的困扰,牟定县全城扑杀狗的行为固然体现了对百姓生命的关心,但其实施方式未免有些过于简单粗放,更显得不够人性化,相比之下,济宁市区别对待扑杀狗的措施,则让政府善治的一面充分体现出来。有人说,灾难伴随着人类一步步成长,面对灾难,人类在不断吸取以往经验教训的同时,理应变得更聪明更理智一些。这种“聪明与理智”,体现在政府处理灾难的具体办法,就是自信的善治行为,济宁市“区别杀狗”就是很好的一课。

(王毅 辽宁 职员)

# 央视的气量能不能大点

## 【公民发言】

8月3日,央视一档节目邀请周笔畅做客央视国际网站。这是央视栏目第一次邀请超女参加。但该项目负责人接受采访时竭力回避邀请超女的说法,一再强调节目组只是把周笔畅当作一个普通的新人歌手来对待,节目中也绝对不会出现“超女”二字。

(8月3日《新闻午报》) 一再强调请的是周笔畅,不是超女。试问:不是超女的周笔畅,还会是今天众多歌迷喜欢的“周笔畅”吗?从央视遮遮掩掩的解释中,我们不难窥测出央视对超女矛盾的心理。超级女声的火爆,让电视荧屏老大央视处于非常尴尬的地位,因此,对超女央视几乎是一律予以“封杀”。但拒绝了超女也就等于拒绝了超

女的歌迷,拒绝了超女的人气,从经济利益的角度,这无疑是不明智之举。看了周笔畅做歌手的人气,却看中周笔畅是超女的身份。因此,才产生了“请的是周笔畅,请的不是超女”这种欲盖弥彰的解释。

其实,央视此举未免太小家子气,与其全国电视系统龙头老大的身份不符。只许自己红,不准别人火;只准自己独占硕果,不准别人分一杯羹,是一种非常狭隘的心理。大电视台要有大气量,对待超女,央视大可不必如此。套用一句常说的,要竞争,更要风度。

(郭振栋 山东 公务员)

## 南京话本

### 一双鞋子三个价 叫人怎么能不晕

今天的快报110版上有条让人哭笑不得的新闻:消费者施先生在南京华联商厦买了一双运动鞋,当时标价上的价格是288元,营业员说优惠价是230元,施先生在鞋子里面又发现了一个标价签,上面写明这双鞋子的零售价是218元,这下子把施先生搞糊涂了——一双鞋子居然有三个价格,到底该信哪个好呢?商家打完折的价格居然还比鞋子里面印的零售价高,这也太乱了吧。

现在“先提价后优惠”的虚假打折多如牛毛,都把消费者给搞怕了。要我碰到这样的事,第一反应当然是商家给我灌迷魂汤了,不然的话,怎么一双鞋子蹦出三个价格来,而且口口声声说的优惠价居然还比厂家标的零售价要高——不会又是虚假打折吧!虽然商家一再解释这是厂家把鞋子里面的标价给搞错了,这事不赖我们,但人家是在你商场买的鞋子呀,价格这么乱,这事不赖你赖谁?总不至于要消费者拎着鞋子跑到厂家去讨说法吧。

再说了,你商场卖的东西,好歹得验过吧,鞋子里面标的价格比你们吆喝的优惠价还低,你商场总不至于发现不了吧,如果确实是厂家把价格标错了,你商场怎么还好意思按照比标价还高的“优惠价”去卖呢?即使真是你商场没看到这个标价签,那怎么说你商场也有失察的责任吧。

良好的信誉是商业企业的金字招牌,树牌子不是一朝一夕的事,但要砸掉它,也许出现一次“一双鞋子三个标价”的事件就够了。在这方面,咱们南京不是没有过教训:老字号品牌冠生园月饼就是因为一次“陈馅月饼事件”而一蹶不振,到现在还没完全缓过劲来。如此沉重的教训,同样是商业老字号的华联商厦不会看不到吧。

所以我说啊,既然出了“一双鞋子三个标价”的怪事,华联商厦就该多反省反省自己,如果还是一味地强调自己没责任,把所有的事情都推到厂家头上,那只会让消费者越来越寒心。



今日主持 赵勇



# 哪来的“健康咨询费”?

## 【漫话天下】

□石城客/文 艺静/图

“为什么住院病人向医生咨询病情还要缴费?”在福建协和医院住院的一位病人对“健康咨询费”很是不解。

(8月4日《东南快报》) 现在医院的乱收费真的是五花八门,诸如查房费、换瓶费、躺椅费……巧立名目,数不胜数。网上有

人就此事嘲弄道:以后老师每次给学生解答也收个什么解答费好了!以后你去哪个政府部门办事,人家说:我只给你办事,不负责咨询,咨询要收费!以后你向交警问路,交警说我只负责指挥交通,你问路我要收咨询费……

现实中的这一幕我们再熟悉不过了:别看医生在医院威风凛凛,孩子上学照样要给老师送礼;别

看老师在学校说一不二,进了医院照样得对医生毕恭毕敬。在大家的心中,家长要是不给老师送礼,老师就会给孩子穿小鞋;患者要是不给医生送红包,就担心医生不会全力以赴。

一直以来,大家都抱着这种心理,也都是这样去做,这种怪诞的潜规则支配着世人,在这样的一个潜规则下,谁挨宰其实都不奇怪。

# 能否鼓励患者举报问题药

## 【热点纵论】

卫生部3日连夜发出紧急通知,停用上海华源股份有限公司安徽华源生物药业有限公司生产的药品欣弗。而据最新消息,问题药“欣弗”目前已导致临床不良反应症状三十八例,其中两例病情严重。国家食品药品监督管理局发出紧急通知,要求各地控制问题药“欣弗”。

(《新华网》8月3日、4日) 消息一传开,立刻引起了舆论的强烈反应。甚至有网民愤而戏称:老百姓又做了一回药品实验用的小白鼠。

又是正规企业的正规药出现了问题,又是难以准确计数的患者饱受折磨,这一切的一切,和前不久发生的齐二药事件甚至更早的其他药物事故何其相似!接下来的程序我们似乎已经很习惯——卫生部门严查、问题制药企业暴露问题若干、卫生部门要求全国制药企业引以为戒……但在这一连串动作之后,人们也许还将

在毫无征兆下迎来下一次药品风波。毕竟,一次又一次的药品事故并没能让药品生产销售环节的漏洞被一堵上,齐二药事件之后短短的时间又冒出来的“欣弗事件”让面对“问题真药”无所适从的人们有理由持悲观心态。虽然我们不得不仍然寄希望于严惩能够杜绝类似事件的发生,但我们不得不考虑另外一个问题:药品不良反应举报机制是不是也到了该完善的时候了?

我注意到,无论是“齐二药事件”还是此次的“欣弗事件”,问题药品的曝光都是在相当多的患者受到伤害之后才出现的,这样一种尴尬,恐怕与目前的药品不良反应机制不完善有莫大关系。现有的药品不良反应机制,仍然把重点放在药品生产企业和医院的身上,寄希望于他们能够尽早反映药品在生产销售环节出现的不良反应。这样的机制有其合理性的一面——药品生产企业和医院是最先与药品打交道

的,也是最有条件在第一时间发现药品不良反应的。但我们不能忽视这一点,在种种现实利益的考虑之下,药企和医院往往会出现瞒报药品不良反应的情况,这个时候,我们有没有设置其他的渠道让药品不良反应尽快曝光?遗憾的是,在这空白面还存在着相当大的空白。

其实除了药企和医院之外,还有一个群体与药品直接打交道,这就是患者。我想说的是,在寄希望于药企和医院反映问题的机制失灵时,能不能出台举措鼓励患者来举报问题药,甚至,能不能给那些举报问题药的患者给予重奖?毕竟,相较于问题药产生的大面积危害来说,这是一条成本低得不能再低的防范举措。

问题发现越早,造成损害越小。一再出现的药品事件在敲响监管警钟的时候,也真的应该让有关部门反思一下药品不良反应机制中存在的种种漏洞了。

(尹之 江苏 公务员)