

谁热衷去韩国学习“新村运动”

【热点纵论】

相信这句话会让许多官员听了感到脸红心跳:“中国不必到韩国来学习新村运动。”这句话是韩国新村运动中央会会长、前总理李寿成在接受记者采访时说的。李寿成还说:“经过多年改革开放,经济持续增长,城市不断发展,中国的整体实力大大增强。现在,国家确立了建设新农村的目标,而且得到全社会的支持。因此,我认为不必学韩国了。”

(11月6日《人民日报》)

有一句话值得与“中国不必到韩国来学习新村运动”相提并论——“不去不知道,去了吓一跳,花了上百万,啥也没学着”,说这话的是东北一个村的

党支部书记老徐。老徐到韩国学完“新村运动”后发出了这样的感慨:他们这次的学习因其实就像是观光团,白白花了上百万,却啥也学不到。现实是,人家韩国都把“新农村建设学习考察”当成旅游项目之一了。老徐认为,要学习韩国的经验,其实根本就不用花那么多钱出国,请专家弄一批材料,让电视台拍一批录像,不是一样可以学习吗?那能花得了几个钱?

(8月9日《经济参考报》)

其实,李寿成之所以会说出“中国不必到韩国来学习新村运动”这么出人意料的话,在于他不知道我国很多官员把学习“新村运动”当成了免费出国旅游的机会。同样,那名村党支部书记之所以发出“花了上百万,啥也没学着”这样的感慨,

也是没有认识到这样的学习只是领导给他安排的旅游机会而已。所以说,他们在某种程度上都算是“不识时务”和“不识潜规则”的。他们的那些大实话,注定是要让某些热衷于出国考察的官员听了如芒刺在背的。

中国人是信奉“闷声大发财”这个道理的,有些事做得,但绝对说不得。官员们热衷“出国考察新村运动”就是这么一个事。现在的技术很发达,真要有心学习人家,整理点资料、拍点纪录片回来就能里里外外学个遍,根本就没必要一批一批地排队出国。这个道理其实那些官员们都懂,只是不能说出口罢了。不然的话,好好的免费出国观光机会不就没了?所以说,这些官员们都会揣着明白装糊涂——以学习考察

韩国新村运动的名义一批批出国观光旅游。

出国学习韩国新村运动本来是个“皆大欢喜”的局面——大家都乐得有个免费的出国观光机会,又能打造“热衷学习”的面子工程。现在,不光那个小小的村支书大发“花了上百万,啥也没学着”这样的感慨,连人家韩国新村运动中央会会长也说“中国不必到韩国来学习新村运动”了,估计排着队等出国学习的大小官员们听了肯定心里很不痛快。不过不痛快也只是一时的,毕竟,只要有“学习新村运动”这个帽子在,只要对官员出国考察的管理依然松松垮垮,他们的免费出国观光机会,早晚是能等来的。

(陈强 江苏 职员)

扶贫何妨多一些选择

【公民发言】

关于深圳市北师大南山附中“包机扶贫”一事,大部分媒体都将焦点集中在“包机”与“扶贫”的对比上。

是“扶贫”还是“豪华旅游”?这样的质疑似乎一针见血。但我以为,如此“一针见血”的批评要慎用。道理是如此简单,坐飞机出行如今已成为一种普遍的出行方式,从贵阳到各地,从各地到贵阳的民航航班每天络绎不绝,乘客中间有人是因为公务,有人是因为旅游,有人是因为会恋人,有人则只是为了吃一道久违了的地方菜……做什么都行,为什么单单不能“扶贫”呢?难道一与扶贫沾边,别说坐飞机,就是身上穿一件干净点的衣服也是一种罪过吗?

人们为何要消费?是为了求得某种心理与生理的满足。慈善亦然,人们之所以“慈善”,并非单方面的给予,而是一种“交换”——以慈善交换形象、名声,这是一种看得见的交换;以慈善证明自己的爱心,所谓“自己为自己感动

一次”,则属于不明显的交换。人世间确实有“至善”,但也毋庸讳言,绝大多数人还都达不到“至善无私”的境界,不许慈善中有“交换”,慈善就将难以继。

如果承认扶贫某种程度上是一种“消费”行为,那么就应承认,“扶贫”可以有多种形式;而想要人们更积极地参与扶贫,就要在提供扶贫这种“消费品”时保持多样化并不时推陈出新。就以“包机扶贫”这件事来说,将2000块钱直接寄过去固然方便快捷,但这样的“消费过程”无疑太短暂了,而且也明显缺少趣味性、切实的参与感;即使是从“教育人”的角度看,直接寄钱与让孩子亲眼目睹贫困地区的贫困状况、让孩子与贫困地区的孩子亲密接触,在教育效果上的差别也是显而易见的。

现在的情况是,与其说社会成员普遍缺少爱心、缺少社会责任,不如说是可供社会消费的慈善消费品太少、太单调——除了捐款之外,实在并无多少事可做。做得来。(唐尧 浙江 职员)

比尔·盖茨怎么不炒房?

【异论锋生】

万科董事长王石称,“为什么房子卖给了富人?”其实是个伪问题。不是因为房价太高,只有富人能买得起;而是因为大部分房子被富人买走,所以房价才高。但富人之所以买房,是因为中国投资渠道太少,“不买房子,他们买什么?”

(11月6日《中华工商时报》)

王石所谓的“不买房子富人买什么”和“为什么房子卖给了富人”一样是个伪问题。金融投资产品还不至于稀少到只剩下房子可供炒卖的程度。一方面,中国富人偏爱炒房实际是一种“基因遗传”。你看,多少有钱人不但在国内炒房,哪怕到了国外,第一件事也是买房炒房。“在单套平均房价高达200万美元的纽约长岛北岸黄金海岸,近两年来,中国内地在此买房的人数以每年2%至4%的速度增加。”二是有些富人的钱来路本来不明,他除了炒房这种比较隐蔽的方式转移财产或增值外,还真不是别无良方。你总不能叫富

官拿着不义之财明目张胆地开商场开工厂吧。

今时今日,没哪个行业比炒房来钱更快,富人炒房不是被迫,他们是把炒房作为一种投机捷径,以达到财富的原始积累。何况高房价正符合某些地方政府之意,正因如此,相比其他领域而言,炒房风险小,获利丰厚,还远没有其他投资方式或者创业方式伤脑筋。

中国的富人们,不妨去问问比尔·盖茨,他够有钱了吧,他怎么不去炒房?以他的财力,若要炒房只怕没几个人炒得过他。但他不会,或者说不屑于从事这项没有任何创意的投机行为。他更乐意于倾全力打造不断创新中的“微软王国”,像他所说,每开发一个项目,就像一次新的创业;当然,他也更乐意于把更多的金钱投入到慈善事业中,回报社会。创新、慈善,很多中国富人缺少的就是这些品质。

(江宜 江西 职员)

本版言论
除评论员文章外
均不代表本报观点



张瑞说新闻

上铺的学生,别摔下来

昨天,媒体曝出“清华大学学生不慎从上铺摔下致死”的新闻。网上顿时沸腾了。很多人竞相讲述他们类似的经历:

有人说,当同学从上铺栽下来的时候,他们全被吓醒了,以为地震了。还有人说,上大学时,他们学校的上铺没有栏杆,他爬上铺后没踩稳,掉了下来,胸口痛了好几天。还有人说,他住上铺,床板一下子塌了,他没事,可下铺的同学却被砸死了……

一些人可能会纳闷:就这么点高的床,至于造成这么严重的后果吗?是啊,没人敢相信,可偏偏这样的事就在不断上演。昨天在办公室说起这件事的时候,同事们竟相回顾了当年住校时有同学从上铺摔下来的场面。我在慨叹:20年前,学生在住上下铺,20年后,学生仍然在住上下铺。当然,因为条

件限制,学生数量多,我们不得不体谅教育部门,体谅学校,也不敢奢望学生能住上单层铺,但学校在中管理中尽力避免学生住上下铺的安全问题,应该是一个不算过分的要求。

比如,上铺的栏杆能不能增高一些?学生宿舍能不能配置小夜灯,而不至于关灯后漆黑一片?睡觉不老实的学生能不能尽量安排在下铺?清华的这名学生据说是在上铺玩闹时不慎摔下而死的。于是便冒出了这样的说法:这事不赖学校,也不赖床铺,怪他自个儿,没事在床上闹腾什么呢?看似有道理,但这些人想过没有,即便是大学生,他们仍然只是一群大孩子。清华大学难道没有宿舍管理制度吗?没有舍长吗?学校管理者对此都没有充分的认知,你让这些学生如何增强规避风险的意识?

以民间组织促慈善意识

【公民发言】

最近一期《瞭望》周刊撰文指出,尽管这几年中国慈善业发展较快,但与发达国家相比,还存在较大差距。中国富人对慈善事业的捐赠小于15%,而他们拥有的社会财富却在80%以上。

我认为,一些富人们之所以宁愿挥霍不愿捐赠,除了慈善意识的匮乏,当前制度安排的缺陷也是重要因素。我国目前开展的经常性捐助活动,仍基本由民政部门操办,事无巨细,大包大揽。

尽管不乏监管措施,但实际上仍是一种内部监管,由于无形之中可能存在的利益纠葛,加之难以避免的权力寻租,公众有充分的理由怀疑:捐赠是否被截留、挪用?而各地民政部门截留救灾款的新

闻,又加剧了民众的这种怀疑。要命的是,这种不信任进一步削弱了慈善意识的萌芽。如果不改变慈善捐赠的制度设计,单纯地追求慈善意识的培养,很可能陷入徒劳无得的尴尬境地。

事实证明,建立民间慈善组织才能充分调动捐赠者的积极性。7月下旬,台风“碧丽斯”肆虐粤北后,一场民间捐赠热潮在珠三角兴起。

可见,尽管国人缺乏感恩意识,尽管富人具有炫耀、挥霍的本性,但具有同情心却是人类的共同情感之一。但新闻中这句话,却点出了现实的尴尬:绕过政府直接把物资发送到灾民手中,成为这次救助的最大特点。民众对相关部门的不信任和对民间慈善组织的渴求,由此可见一斑。(东方海 山东 职员)

继“空调行业标志性品牌”、“世界名牌”后,再获“全国质量奖” 格力电器一年内独揽三大顶级荣誉震撼业内

继被授予“世界名牌”和“空调行业标志性品牌”之后,珠海格力电器股份有限公司11月4日在北京举行的“2006全国追求卓越大会”上又获得了一项国家质量管理最高奖项——“全国质量奖”,这是对实施卓越绩效经营取得显著成绩的企业授予的最高荣誉。

“世界名牌”、“行业标志性品牌”和“全国质量奖”是目前中国企业梦寐以求的三大顶级荣誉,格力电器在一年之内独揽这三大顶级荣誉,震撼业界,这在中国企业是非常罕见的。可以说格力电器创造了中国家电企业乃至中国企业的一大奇迹。

据悉,全国质量奖的设置,广泛参考和借鉴了世界三大权威质量奖项——英国的波多里奇国家质量奖、欧洲质量奖和日本的戴明奖。它以“卓越绩效评价准则”国家标准为评价依据,从组织领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与改进及经营结果7方面来全面评价企业的质量管理,评价过程极为严格。

追求卓越是格力电器长期坚持的战略目标,格力一贯坚持质量第一才是对消费者最好的回报,从追求卓越、不断创新和创造第一的精神出发,格力电器自2001年开始正式导入卓越绩效管理模式,当年即获得了“全国质量奖”鼓励奖。5

年来,格力电器大力推行卓越绩效管理并取得了优异的业绩,2005年销售额达182.48亿元,家用空调销量突破1000万台,一跃成为全球空调行业的世界冠军。据上市公司财务分析报告,2006年1至9月,格力电器的销售额高达181.2亿元,同比增长近40%,在行业内与排名第二的品牌拉开了几十亿元的差距,超过行业内排名第三的品牌100多亿元。

在11月4日举行的颁奖仪式上,全国政协常委、中国质量协会会长高度赞扬了格力电器等获奖企业从优秀走向卓越的经营理念,鼓励格力电器等获奖企业再接再厉,持续追求卓越,并号召其他企业向格力电器等获奖企业学习。

开创央视九个第一的金牌栏目

★ 11月10日

参与竞猜,请在幸运竞猜期间(以竞猜为准)禁止竞猜,邮寄至:北京100098信箱32分箱,邮编:100098

| | | | |
|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 |

一、使人“美出一神气派来”哪个美容护肤可以做到(1-4)

二、“精致小家电”是哪个品牌的广告语(7-8)

三、“世界太阳能产业领航者”的品牌是(9-12)

四、同时获得一个驰名商标、二个中国名牌、三个中国免检的企业是(13-16)

五、属于中国名牌的家电企业是哪个品牌(17-20)

六、独家采用“QSC”非金属水循环发热的热水器是下列哪个品牌(21-24)

七、在江苏地区发行的城市主流日报是(25-26)

八、红沈地区乃至东北地区发行量最大广告收入最高的报纸是(27-28)

★本节目由蓝盾科技冠名
电话:(011)82018522 传真:(010)82018889
★本期节目大赢家:意大利乔治白服饰提供
http://www.giuseppe.cn 招商电话:021-54979886

首播:周五 19:30
重播:周六 15:00
周日 12:30

东南快报
武汉晚报