

“降房价悼母” 别太当回事

■公民发言

甘肃天水一房地产商将楼盘每平方米最高降价260元以悼念亡母。有人认为该举动体现了社会责任,期望产生“蝴蝶效应”,也有人质疑把降房价和悼念母亲结合起来是作秀。

(1月14日《西部商报》)

争议双方其实都走了极端,质疑方因为开发商的身份全然抹杀他作为人子所具有的孝心,而赞成方则对开发商偶然的善行寄予了过多不切实际的幻想。

那位开发商的孝心是可信的,因为这一刻,他只是一名失去母亲的儿子。作为儿子,出于职业习惯,通过降低房价告慰亡母,合乎中国人的人伦逻辑与亲情的表达方式。在能产生“哭竹生笋”、“卧冰求鲤”等孝文化传奇的国度,有一个房地产商人用有限的降房价来悼念母亲,不也是合乎情理的吗?因为他是开发商就怀疑他做的任何事都藏着不可告人的商业目的,是否定人性中善的部分,是“有罪推定”的思维方式,要不得。

当然,肯定这名开发商的孝心,并不等于其中就有着多少意义。毕竟降房价悼母,只是某个开发商在特定情境下的个人行为。指望其产生“蝴蝶效应”,房价整体下降,是幼稚的幻想。

商人偶然的善念是不可靠的,指望他们都能自觉让利,无异于与虎谋皮。如何用科学、刚性的制度与政策敦促房地产市场规范化,从而平抑高涨的房价——这才是值得期待的正道。(肖风)

“文明如厕倡议” 是怎么出炉的?

■公民发言

1月14日的《齐鲁晚报》报道,济南市文明办向全体市民发出倡议,希望市民能文明如厕,从自我做起,爱惜即将免费开放的509座公厕和沿街单位免费开放的厕所。济南市文明办主任凌安甚至表示:“全体市民应从大局出发,从城市的整体形象出发,响应号召,文明如厕”。

呵呵,上厕所怎么也要上升到“形象、氛围、大局”的高度?难道济南市文明办不能简单地告诉市民——这是一件你在为自己而做的小事,是一件哪怕你不为形象、氛围、大局等考虑也应该做好的天经地义的事。促使出现“文明如厕倡议”的原因是济南快要开全运会了,因此,有关部门才突击向全体市民发出了“文明如厕”的号召。

但“文明如厕”其实是幼儿园的孩子、小学生该受的教育,怎么会轮到全体市民呢?一些市民如厕不文明是长期存在的,但几十年来鲜见官员走上街头宣传文明如厕的必要性。正是这种不肯做小事的作风,导致了临时抱佛脚的生态,希望用一大堆冠冕堂皇的理由换来文明如厕的“跃进”。

承认上厕所是小事,管理部门从小事做起,带动市民也从小事做起,这是提升文明程度的必经之路。如果硬要上厕所是涉及形象、氛围、大局的大事,那也只不过是有关部门的大事,市民始终只会把它当作小事。当然,小事也应该做好,市民应当做到文明如厕,但请相关部门允许市民为自己而做好这件事,别把它搞得那么复杂,可以吗?(李辉)

“立法游说”并非洪水猛兽



【法的精神之杨涛专栏】

最近,一则关于河南省酒业协会反对政府“禁酒令”的新闻被媒体炒得火热朝天。据报道,河南省一些白酒企业正向酒业协会反映意见,等意见汇集后,酒业协会准备向河南省人大常委会法工委、省政府法制办反映,要求修改或撤销“禁酒令”。

我虽然不赞同解除“禁酒令”,但却赞同酒业协会行事的方式——一个协会面对政府时不敢为自己的成员利益说话才是怪事。在我看来,这种向人大和政府反映情况实际上就是西方法治国家“立法游说”的雏形,而一个多元化和法治社会,“立法游说”是一种正常而且有益的表达利益诉求和进行利益博弈的方式。

“立法游说”也叫院外活动,起源于英国的商人们在议会的走廊里抓紧时间劝说议员。现代意义上的“立法游说”,主要指各种社团力量以促成或反对某项议案为直接目标的劝说、宣传活动,也包括立法之外如选举活动中的宣传、劝说等。对美国历史了解一二

的人,也许不会忘记美国上世纪二十年代颁布的“禁酒令”——这可不是针对公务员而是针对全体国民的命令,这就是一个以女性活动家和女性社团为主的“禁酒联盟”,经过多年“立法游说”最终促成的。

利益集团通过各种方式游说立法者通过对其有利的法律,在以往经常为我们所诟病,因此,“立法游说”在我们的观念中是一种腐朽的制度。不过,如果我们不是从片面的角度看问题的话,我们会发现“立法游说”并非洪水猛兽。在现代社会中,人们的利益并非铁板一块而是多元化,利益的多元化必然带来在法律上的博弈,各个利益团体之间就需要将自己的声音通过一个正常的渠道反映到立法当中,通过自身的代表反映是一种途径,但直接“游说”也是一种积极影响立法的方式。

只要我们承认利益多元化和表达利益诉求的正当性,我们就应当承认“立法游说”的正当性与合法性。而且,我们不用太多担心这种“立法游说”会造成立法的失衡,恰恰是,只要大家都有“立法游说”的权利,就会在动态的博弈中实现立法平衡。比如在美国,烟草公司为保护烟草业进行“立法游说”,同时也就有消费者保护组织为反对烟草进行“立法游说”;有企业主为降低法定工资进行“立法游说”,也就有劳工组织为提高法定工资进行“立法游说”。法律的天平在某

一时候可能会倾向于某一方,但总体而言不会有太大的失衡。事实上,美国的“禁酒令”的解除,同样是一个“反禁酒联盟”用了14年时间进行“立法游说”,并最终促成的。

如果仅仅因为担心某一利益集团势力过于强大而禁止公开的“立法游说”,可能受伤害更深的是弱势群体。公开的“立法游说”被禁止后,强势利益集团完全可以通过贿赂官员和立法者来改变法律的制定与执行,这一点弱势群体根本无法做到,对他们而言,反而是公开的“立法游说”有着相对平等的机会。

在我国,“立法游说”尽管没有法律明确规定,但在实践中却屡屡出现。2004年6月《企业破产法》进入一审时,中华全国总工会对于企业破产之后应该先对失业职工进行赔偿还是应该先偿还债务的问题提出了疑问;《劳动合同法》制定过程中,外资企业不仅表现出了高度的参与意识,而且通过各种方式影响立法进程。所以,对于河南省酒业协会进行“立法游说”事件,我主张,不是反对他们“立法游说”本身,而是要用同样的“立法游说”方式来向人大、政府表达公众的主张。在这方面,政府的职责是扶持各种民间团体和公益性组织,让他们有能力与酒业协会一样进行“立法游说”。

(作者系江西省赣州市人民检察院民事行政检察处副处长)

“看不懂”的听证方案,叫人如何听证

■今日视点

手机漫游费降价听证最近一直是公众关注的焦点,近日,国家发改委和信息产业部公布的两项降价方案更是引起了人们广泛的关注。但据1月14日的《新快报》报道,不少专家指出,相关部门公布的两项方案都比较复杂,把漫游费和长途费捆绑在了一起,让漫游费这个问题更复杂了。

其实不光是专家看不懂,这个降价听证方案,就连一些听证代表也被搞得云里雾里——由中消协推荐的消费者听证代表之一廖冰虹就表示,对听证方案有点看不懂。更有专家提出质疑,新方案的降价幅度还不如有些地区已经实行的优惠套餐,他们担心有些地区会搭听证会的顺风车,对电信资费明降暗升。既然专家和听证代表都表示看不懂听证方案,那我们这些老百姓就更

不用说了,既然专家都有“漫游费可能明降暗升”的担心,我们当然就更担心。听证会22日就要举行了,这个让很多人看不懂的听证方案,如果不及时改得能让人看懂,那必然会出现这样的情况——听证代表在没有充分知情的情况下被迫两选一,如此,听证会就无法实现充分的利益谈判,其意义也将大打折扣。

两套降价幅度不一的方案已经表明了相关部门没有彻底取消漫游费的打算。既然如此,我们也只能寄希望于这场听证会能够尽量把漫游费的价格水分挤干,但让人看不懂的听证方案,却实在无法让我们感觉到相关部门的诚意和决心。

听证方案的“专业难懂”似乎已经成为了听证会召开前的一个惯例,这实际上是给听证会设置了一个高门槛,但事实上,所谓的“专业方案”是完全可以制作得通俗易懂的,听证方案之所以“专业难懂”,正是因为

“被听证者”在听证方案制定过程中权力过大。我们知道,听证方案往往有“被听证者”参与制定,因为他们是要提供方案资料的。既然如此,“专业难懂”的听证方案当然就让他们有利,而听证代表往往由于专业的隔膜,看不懂那些“专业难懂”的听证方案。而听证代表和“被听证者”又应该是平等的利益谈判主体,“专业难懂”的听证方案事实上造成了双方力量的严重不均衡,听证结果如何,也就可想而知了。

好在听证方案还在征求社会意见,这也给了公众最后表达意见的机会,作为一个普通消费者,我的意见是:由独立的第三方透明核算运营商手机漫游业务的成本,并在此基础上制定出通俗易懂的听证方案,让听证代表和“被听证者”能够展开势均力敌的利益谈判。果真如此,手机漫游费听证将能实现最基本的公正,也能为今后类似的听证开一个好头。(尹之)

教育公平不能遗弃“移民二代”



【中国日记之童大焕专栏】

在京借读的学生中考时,应该报北京高中还是回原籍?北京市教委官员建议这类孩子回户籍所在地读高中。

(1月10日《新京报》)

“回原籍读高中”听起来容易做起来何其艰难!“回原籍读高中”,对孩子及其家庭意味着什么?意味着他们只有三种选择:其一,父母的一方辞去工作,回原籍陪读;其二,孩子孤身回原籍读书,在人生最重要的性格和习惯养成期彻底脱离父母的监管;其三,放弃继续教育的机会,过早进入社会,成为城市的边缘人或者继续在现有居住地借读,但从此永远无缘内地高考,将来少部分有条件的选择出国留学,绝大部分继续沦为城市边缘人。无论哪一种选择,对孩子,对家庭,对社会,都暗藏着巨大的缺憾与损失。

全国范围内,在非户籍所在地接受义务教育的孩子如今已经数以千万计,总量可能占到儿童总数的三分之一甚至一半以上。这么一个庞大的群体,只是为了获得最基本的教育权,就不得不被迫骨肉分离,否则就只能脱离正常的主流秩序!这样的教育和户籍政策,能说是合理合法的吗?联合国《儿童国际公约》明文规定:缔约国应确保不违背儿童父母的意愿使儿童和父母分离。暂时或永久脱离家庭环境的儿童,或为其最大利益不得在这种环境中继续生活的儿童,应有权得到国家的特别保护和协助。但现行的户籍和高考政

策,却是在朝着与此完全相反的方向上努力,努力“拆散”一个个宁静的家庭,迫使孩子和父母过早地骨肉分离,进而直接负面影响到孩子们的身心健康和成长进步。

教育公平是社会公平的重要基础,但当前不合理的户籍管制和教育部门死守计划经济时代“学籍+户籍”的高考体制,已经使流动儿童的教育成为当下最突出的教育公平问题。移民二代的户籍和高考壁垒,已经成为当前教育不公和未来发展社会不公的最大隐患。

在现行的“学籍+户籍”的高考管制体制下,移民二代正在成为被政策抛弃的“无根一代”。既不能正常融入当地城市主流,参与公平竞争,又难以回归原籍,社会认同和自我认同就会趋向游民化、边缘化和被排斥感,这样下去,他们将有可能成为被扭曲的一代。一组数据显示,2000年上海市与外省市户籍的未成年犯罪人数比大致在6:4,到2005年的比例已经达到3:7。北京海淀区法院少年法庭2005年的数据则显示:外来人口的犯罪率是当地人口的3倍!

“没有谁能像一座孤岛,在大海里独踞。每个人都像一块小小的泥土,连接成整个陆地……因此我不问丧钟为谁而鸣,它为我,也为你!”在一个不合理的制度下,没有谁能够独善其身独得其利。我们不期望户籍和高考改革一步到位,但有梯度地根据权利顺序依次进行,却是一个刻不容缓的历史使命。公民从一个地方迁居另一个城市,某些无经济成本或成本较低的权利,或者公民的某些最基本的权利是应该立即享有的,比如孩子的平等接受义务教育和高考权。如果连这一点都做不到,我们还奢谈什么教育公平呢?(作者系资深时事评论员)

“草根感受” 才是改革开放的晴雨表

■热点纵论

今年是改革开放三十周年。日前,中央电视台邀请了著名经济学家厉以宁和吴敬琏共同探究中国改革开放30年来的成败与得失,并展望中国改革未来的发展方向。

(1月13日央视《经济半小时》)我看了网上的“节目实录”,又查阅了一下网友评论,发现了一个耐人寻味的反差,就是厉、吴两老虽然说得头头是道,但多数网友却并不买账:有的认为他们讲得不痛不痒,避重就轻,有的认为他们是在为自己这些年来来的政策建议作曲意辩护,还有的人则重提“独立董事”或“暴富”的话题,认为他们是既得利益者,在谈论“成败与得失”的时候,立场的客观性就值得质疑。

以厉、吴两老为代表的精英的声音,和以网民为代表的草根的声音出现如此尖锐的对立,恰恰提醒我们,讨论改革开放的成败得失,一定要多听听来自草根的声音。如果在今年渐次展开的各种纪念活动上,仍然像过往那样由精英垄断话语权,则我们一定难以总结到真正

有益的经验,也不可能汲取到真正宝贵的教训。

如果把草根理解为工人(包括农民工)、农民、学生、普通白领、个体经营者的集合体的话,则他们就构成了中国的主体,他们的生存状况改善,是改革开放的出发点和归宿。他们的感受,天然就是改革开放成败得失的晴雨表,也是最权威的晴雨表。因此,在讨论开放成败得失的时候,他们就最有发言权,没有他们的声音,就不可能有真正的讨论。我们已经进入了一个利益多元时代,自己的利益只能由自己来表达——除了草根自己之外,没有哪个群体能够充当草根利益的当然代言人。

以专家、教授为代表的知识精英,当前已经部分失去了“社会良心”的道德权威,很多人无法相信他们会站在“中立”的立场上说话。这些年来,无论是在国企改制的大讨论中,还是在教育、医疗、住房以及物价等公共政策的激烈辩论中,他们都有太多为既得利益集团辩护的纪录。在关于改革开放成败得失的讨论中,谁又能够担保他们不会因为既得利益而有偏袒性地发言呢?(郭松民)

水井坊:不一样的“中国制造”

“水井坊2007CCTV中国经济年度人物评选”日前正在隆重进行中,中国经济的权威见证者、参与者——CCTV中国经济年度人物走到台前现身说法,向世界传播“一个真实的中国制造”;而连续两年全程独家冠名CCTV中国经济年度人物评选活动的水井坊,也向世界绽放着一个“不一样的中国制造”的高尚魅力。

在本次活动“四海论道”伦敦站,2006年的中国经济年度人物施正荣率先登台向世界宣言,“中国制造”已经突破依靠低成本劳动力的比较优势,开始向高技术、高附加值领域转型;中国制造正在“迈向新时代”,“中国制造已经有不一样的含义”。

作为中国首个获得“原产地域产品保护”的浓香型白酒,水井坊以其源远流长的文化底蕴和与时俱进的创新精神,和“中国制造的脊梁”

们一起宣示“中国制造”的光荣与骄傲,探索进军“中国创造”之道。据相关人士介绍,具有六百余年历史的水井坊是利用现代微生物技术、通过研究古法发酵秘笈酿造而成。由于原产地域资源的珍贵稀缺性,水井坊严格按照规定限量酿造。水井坊以关注时代发展为己任,始终都将社会文化的转变潮流与品牌特质相结合,融会历史文化精髓,坚持“经济与文化、技术与艺术、传统与现代”和谐相融,成功开创高尚白酒消费理念,倡导中国高尚生活理念,逐渐成为“中国高尚生活元素”,推动着传统的中国白酒行业从单纯的产品制造迈入了品牌创造的崭新高度。

无论水井坊包装为中国乃至亚洲第一次荣获全球著名“莫比”广告奖的包装设计

金奖和杰出成就奖,还是全球第一高档烈酒集团帝亚吉欧人入股水井坊,都意味着水井坊的“中国制造”风格得到了国际的认同,而水井坊由始至终展现给世界的都是一个“不一样的中国制造”。

『活动链接』:“水井坊2007CCTV中国经济年度人物评选”23人名单即将揭晓,经济年度精英将走上财富论坛,巅峰论道“中国制造”,敬请关注CCTV-2相关报道。

