

# 以什么名义解冻公路收费权转让

## 今日视点

交通运输部联合国家发改委、财政部共同颁布《收费公路权益转让办法》。针对违规多次转让公路收费权的事件,《办法》首次明确:一条公路的收费时间如果已超过收费期限的2/3,就不得转让其收费权,经营性公路转让收费权后,累计收费期限不能超过25年。

(9月4日《京华时报》) 在这个《办法》出台之前,公路收费权转让已经冻结长达两年之久了。之所以停止转让,就是因为一些地方将政

## 相关评论

较之以往,《收费公路权益转让办法》的主要贡献在于,明确了不能转让的几种情况,同时对转让后的收费年限作了明确,使用的主要是“排除法”和“明确法”。换言之,没被排除的,有关方面依然可以想怎么着就怎么着。可实际上,具体到政府还贷公路经营权的转让,其实不该是一个“不怎样就行”的问题,而理应是“只有怎样才行”的问题。

府还贷公路转换为经营性公路,然后重新延长收费期限。因为,经营性公路比政府还贷公路的收费年限一般要多出10年。显然,公路的收费期限越长,就意味着人们必须掏出更多“买路钱”,离公路最终免费的目标就会更远。

但这个《办法》却不能从根本上完成对公路不合理收费的制度清理。设定一个累计收费期限不能超过25年的时间上限,显然缺乏起码的科学理性。试想,一条公路如果仅用五年就收回了成本,难道就应该让它理直气壮地再收20

年“买路钱”吗?

交通部官员也曾明确称,公路属于政府必须无偿提供的公共产品。要还原公路作为公共产品本质,就必须逐步将利益还给老百姓,让老百姓免费使用公路。这就意味着,在收费公路权益转让过程中,应该最大程度地削减政府与相关经营主体的利益空间。否则,公路作为免费公共产品就是一句空话。

遗憾的是,这个最新的《办法》并未解决公路收费权转让的问题。随着公路收费权转让的解冻,一些政府还贷公

路仍然可以转换为经营性公路,进而扩大收费年限,得到一笔不菲的转让金。而那些经营者则可以凭借这个规定,在被延长的10年“合法收费”时间里,继续理直气壮地收费,公路免费仍然离我们十分遥远。

面对公路无休无止的收费,管理部门不进行信息公开,却把眼睛仅仅盯在设置个收费年限上,这样的规定给特殊利益群体留下了太大的与民争利的空间,规范公路收费权转让,到最后不要搞成了公路收费权转让的变相开禁才好。(苏子川)

## 公路收费权转让必须过审计关

在《办法》中,除了“已经超过收费期限2/3不得转让”这一提醒人们“提早转让”的虚拟障碍之外,政府还贷公路经营权的转让几乎没有任何障碍。当然,以前能延长10年,现在只能延长5年了。问题是,如果延长10年不合理,凭什么证明延长5年就是合理的呢?

政府还贷公路显然不应以赢利为目的,收费足够还贷就应该立即停止收费。提前规

定一个15年的收费期本身就不尽合理,再任由其随意延长收费期就更不合理了。李金华的审计报告已经多次告诉我们,一些高速公路收回建设投资后,政府又批准延长收费年限,转入市场化经营,有些甚至上市再融资。

要让政府还贷公路经营权,只在一种情况下具有合理性,那就是:依据目前收费情形,显然不能如期收回建设投资。在现有“排除法”和

“明确法”之外,更应该突出这一转让前提。为此,需要引入审计机制,对欲行转让的政府还贷公路的收费情况进行审计和评估,以确定是否具有转让的必要。

设置转让收费公路经营权的前提条件,让公路收费权转让从“不怎样就行”回归到“只有怎样才行”,纯粹以掠夺公众过路费为目的的违规转让才能真正得到遏制。(舒圣祥)

# 立法腐败,“郭京毅案”恐怖之所在

## 【中国观察之潘多拉专栏】

商务部条法司正司级巡视员郭京毅涉嫌受贿被双规,知情人士称,郭京毅受贿,并非如此前传言所指涉及某个特定的外资并购项目,而是涉及有关外资并购的法律法规和司法解释。如果郭京毅的这个受贿罪被认定,将可能波及中国所有外资并购项目,这也可能成为中国第一起在法律制定过程中官员受贿的案件。

(9月4日《21世纪经济报道》) 在法律制定过程中受贿,而且还是中国第一起,让人感觉很玄乎,其实说白了就是立法腐败。以往人们常见的立法腐败,主要是政府部门主导立法,实现“行政权力部门化、部

门权力利益化、部门利益法制化”,将政府部门利用权力谋取私利的行为合法化。从现在初步披露的情况看,郭京毅案揭示的是另一种立法腐败,即官员使得制定、修改的法律对政府部门之外的某些利益群体有利,同时官员“有功而受禄”,以各种形式享用这些利益群体奉上的好处。

如此说来,所谓“郭京毅问题”,不过是他在参与外资法律和行政法规制定与修改的过程中,一边拿了利益群体的好处,一边在法律中为这些利益群体夹带私货。故此,与防止部门主导立法过程中的立法腐败一样,要有效防止“郭京毅问题”,也必须扩大立法民主,强化立法过程中权力制衡,以最大限度地

避免立法被人夹带私货。

扩大立法民主的关键,在于人大全方位行使立法权,尽量不要将部分立法权(如法律起草)让渡给相关政府部门或利益群体,以防止他们在其中夹带私货。此外,人大作为国家立法机关,有权以“立法机关的立法权”制约“行政机关的立法权”——主要是监督行政规章的制定过程,发挥法规备案审查制度的作用,阻止一些严重不公的行政法规出台。此外,扩大立法民主还需强化公民参与。一是《立法法》中规定的法律法规草案向社会公开征求意见,逐步增加向社会公布法律法规草案征求意见的数量,扩大征求意见的范围。另一个是所谓“精英参与”渠道,

包括邀请专业人士参与起草法律法规或提供专业咨询,以及采取直接委托、公开招标等方式,将法规草案交由专业人士或专业组织起草。

大众参与有利于立法过程听取大多数人的意见,精英参与则有利于保证立法的专业水平。这样一来,通过大众与大众、精英与精英、大众与精英进行充分的交融与博弈,就能有效消解某些强势群体对立法过程的不正当影响,减少部门腐败和官员腐败这两种立法腐败,使最后通过的法律最大限度地体现社会公共利益,避免成为某些强势群体的“私货装载机”。

(作者系资深时事评论员,有文集《英俊的丑角》等问世)

# 岂能因一个译名而换国鸟

## 热点纵论

实在是才疏学浅,我不知道丹顶鹤以拉丁文该怎么写,但我知道,把丹顶鹤的拉丁文名再翻译成中文则完全变了味儿。也正因如此,有消息称国家林业局虽已将丹顶鹤作为国鸟候选提交国务院审查,但至今没有被批下来,其争议的焦点是丹顶鹤的拉丁文居

然叫“日本鹤”。

(9月4日《新京报》) 中国国鸟顶了个“日本名”?这委实是件尴尬事。我感觉,尽管丹顶鹤在500万网民中已获得64.92%的选票,但恐怕终究难以“解”出国鸟这只“金蛋”。我理解反对者的心情,虽说丹顶鹤只是在拉丁文中被叫做“日本鹤”,但国鸟毕竟是国鸟,让

部分外国人误以为我们居然弄了个他国的禽鸟作为国鸟,这对于讲求面子的国人来讲,怎么说也是别扭。也正是出于这种心理,估计有谁再去网上做调查的话,估计原先支持丹顶鹤做国鸟的那64.92%的网民,有一半以上怕是要反水。

但这样的无奈,是不是太小家子气了?远在天国鸟评选活动推出之前,就有人网上争议该不该评选国

鸟,我对此不愿置喙。但既然现在这事已箭在弦上,却因它的一个拉丁文名而改弦易辙,又确实太可惜了。曾记否,新浪网的sina曾被指是日文译英文时“支那”的意思,以至于曾有一段时间,有人号召抵制新浪网。但结果呢,新浪网还不是发展得好好的?相信曾经抵制过它的人,现在也已经把当时的冲动当成了笑谈。

我查了一下资料,其实,很多源于中国的东西,因为历史的原因,在国际上都有一个“外国名”。比如银杏、围棋、人参,国际通用的都是日语发音,梅花鹿叫日本鹿,红松叫朝鲜松。难道因为外国人这样称呼,我们将来如再评选“国兽”“国树”时,也要首先将梅花鹿和红松除掉?

还是那句话,选不选国鸟俺不想插话,但因为丹顶鹤的一个拉丁文名字“不顺心”,我们就要摘掉它“国鸟”的顶戴花翎,实在毫无必要。(高立学)

## 利于弱者的“救市”应当鼓励

### 【中国观察之李季平专栏】

《中国房地产报》9月2日发表了一篇题为“楼市销售下降 地方出招救市”的文章,报道了一些地方政府为促进房地产行业健康发展而采取的一些措施。该文章发表后,连日来引发了不少“地方政府怎能为了土地财政救市”的质疑。

不过,我仔细看了一下地方政府“救市”的措施以后,感到其中有不少措施是对中低收入群体购房比较有利的,这样的政策应当予以鼓励。

比如,河南省规定,自9月1日起,购买首套自住商品房申请住房公积金贷款的,首付比例由目前的30%调减为20%;重庆市8月12日发布了《关于农民购买商品住房实行契税优惠的通知》,规定:凡农民在重庆首次购买一套建筑面积90平方米以下的普通商品房,免征契税;福建省厦门市规定,自8月1日起,在厦门岛外购买80平方米以下商品房,可办理不超过2人的厦门市常住户口。

从这些“救市”政策中,我们可以看到,无论是降低首付

房贷比例、减免契税,还是“奖励”常住城市户口,最终要达到的目的就是有利于中低收入群体购买商品住房,并且各地都具体规定为90平方米以下、自住房,具有很强的针对性,把那些炒房、投机、以及高档住房的需求者,都挡在了优惠政策以外。

其实,这样的“救市”政策,正是我国房地产调控所要达到的目标,既防止房价大起大落,也让更多的中低收入阶层自住需求得到满足。这样的“救市”政策,有什么理由不去鼓励呢?

落实国家的房地产调控政策,地方政府并非是完全被动的,出台一些有利于中低收入阶层、购买自住型普通商品房的优惠措施,是完全必要的,媒体也需要对这些措施进行分析,不能把所有的促进房地产行业发展的政策都看作是与国家调整方针相违背。此外,消费者也需要增强自我判断能力,不应把政府的所有措施,都看作是对开发商的“救市”,从而错过享受优惠政策的时机。

(作者供职于《中国改革》杂志社)

## 中石油裁员裁得不厚道

### 热点纵论

一直在吹风中石油大规模裁员终于成为了现实。9月4日的《上海证券报》报道说,中石油内部消息人士透露,受成本增加收益下降的影响,公司正在大刀阔斧地进行人员精简改革,先从加油站开始“动刀”,预计到底十月,先北京分公司就要裁员近万人,下一步就会涉及到机关工作人员。

中石油要大规模裁员早有先兆,之前的7月25日,中石油集团总经理蒋洁敏就明确表示,计划在未来3年内裁员8万人。另外,在更早的7月20日,蒋洁敏表示,今年中石油将严控非生产性支出,有效缩减招待费、差旅费和办公费等费用10%以上。不管怎么说,裁员员工成本总是好事。至少,比动不动就伸手跟国家要财政红包或吵着涨价要看着顺眼。但裁员的机关“动刀”,倒是个值得探讨的事情,至少在我看来,光拿最基层的加油站员工“动刀”,就不厚道。

报道中有一个细节很能说明问题:中石油集团控股的北京某销售公司,旗下管理1个油库13个加油站,机关工作人员就有80多人,每人年薪都在5万元以上。而在广州中石油与BP的合资公司,这13个加油站最多设1个片区经理、1个副经理,年薪5万-8万元。中石油机关冗员之严重程度,由此可见一斑。那为什么不先从这些严重冗员的机关“动刀”,而非要选择加油站的基层员工呢?恐怕仍是欺软怕硬的心理在作怪。

在任何一家公司,基层员工基本上都是“弱勢”的同义词,风暴来袭,处于最前沿的也是他们。但机关工作人员则不同,多多少少都有点关系和活动能力,因此,裁员风暴向他们,遭遇的阻力也要大得多。在趋利避害的心理影响下,中石油管理层拿油站员工“动刀”掀起裁员风暴,并不令人感到意外。

加油站的冗员当然也要裁,但我担心的是,在舆论重压下开始裁员的加油站,会不会拿加油站员工动完刀后,自觉已经能向舆论交代得过去,就不再进行机关裁员了。这样的担心并非多余,事实上,中石油现在选择的裁员策略已经能说明问题。在我看来,作为一个国有企业,中石油要想真正向公众表明自己压缩成本的决心,应该在减少非生产性费用和高层减薪的同时,自上而下开始裁员,才是一条足以服众的路径。

比如说,中石油管理层的高薪一直备受诟病,既然要压缩成本,为什么不能由管理人员减薪开始呢?再比如,新闻中提到中石油机关冗员严重,为什么不从他们开始裁员呢?至少对机关的裁员也应该跟油站裁员同时进行吧。莫非裁员增效也得按行政级别来?由管理层制定的裁员计划却并不包括自己,这样的裁员怎能服人?怎能不引起基层员工的强烈抵触?在这样一种厚此薄彼的裁员潮中,我们没能看到基本的公平,看到的,只是一起正在上演的闹剧。(正荣)

## “代课老师”需要怎样的节礼?

### 公民发言

广东省副省长宋海在一次会议上说:“在广东一些欠发达地区,农村代课教师月工资多在200-500元之间。”当时广东省委书记汪洋的回应是:“我看了网上那些代课教师给我的留言,那真是‘血淋淋’啊!”

(9月4日《南方日报》) 教师节就快来到,政府部门照例会大张旗鼓地给老师们送上节日问候和礼物。只是,这个问候和礼物,对那些代课教师来说,只能算是一种精神上的安慰。“再穷不能穷教育,再苦不能苦孩子”的口号,曾经那么激动人心,可面对“一天工资只是一斤苞谷”的老师,这个口号却显得那么苍白。

如果我们只是象征性地在教师节期间给他们一定的关怀,那这样的关怀实在意义甚微。报道说,面对代课教师网上“血淋淋”的留言,汪洋连续四次作出批示,要求研究解决代课教师和教师待遇问题的办法,珠三角用一年、欠发达地区用两年。相信以广东的财力,这个目标不难实现。可经济落后省份呢?领导批示不是解决问题的根本办法,只有好的制度,才能根本解决代课老师的待遇问题。按我国的财政收入,我们完全有能力做到这一点——重庆市去年8000名代课教师转为公办教师,全市财政每年不过需增加投入1.6亿元而已,这只不过是“三公消费”的九牛一毛,关键是,我们想不想去做?(王伟)

## 国美江宁店 明天清仓疯狂甩卖

样机1折 正品机5折 还不快来抢购

南京国美江宁旗舰店,明天起,开展为期2天的重装前最大规模的清仓甩卖活动。江宁店全场家电抛售一空,样机1折起,正品机5折起。空前力度,超大规模,只等你来。样机1折 正品机5折 甩卖1件不留

南京国美江宁店重装在即,从明天开始,江宁店将开展重装前最大规模的清仓甩卖。南京国美投入超千万巨额资源,全场商品一件不留,全部抛售,其中样机1折起,正品机5折起。

笔者走访国美电器江宁

店丁盛店长,丁店长对周末清仓甩卖的特价信息毫无保留。据悉,在甩卖活动的2天时间内,江宁店9大类商品,包括彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、3C数码、小家电将整体下调50%以上的降幅,其中小家电1折起;热水器样机4折起;厨卫烟灶样机4折起;洗衣机5折起;彩电5折起;冰箱5.5折起……

价格最低,差价给予补偿

南京国美江宁店郑重承诺,在清仓期间,江宁店售出的家电将保证价格最低,发现差价,给予补偿。同

时江宁店为了保证清仓让利实实在在落到消费者身上,严格杜绝厂家回购以及国美员工内部购买,国美江宁店以真正的清仓、真正的让利,掀起重装升级前最大规模的“抢购”风暴。

同时,江宁店已经集结数百人的“服务大军”,从销售、付款、送货、安装等各个服务环节入手,确保消费者购物无忧。此外,在江宁店清仓活动中售出的商品,同样享受国美“诚久保”服务:9天不满意退货,19天差价补偿,39天退货保障,99天换货保障。