

## 司法不硬 什么妖蛾子都可能生出来

湖北消费者委员会何以出卖消费者 燕赵都市报 3月27日 作者 陈才

### 【燕赵都市报一评】

湖北省消委以帮企业屏蔽消费者在“3·15”网站投诉为由,要求企业成为会员进行敛财。企业缴纳每年8000元到2万元不等的会员费,“3·15”网站便可屏蔽与其有关的投诉信息,彻底根治企业心头之患。(3月26日《新闻晨报》)

在人们的印象中,消委(消协)是消费者“娘家人”,是替消费者说话、撑腰和维权的,生活中遇到消费纠纷,人们第一时间想到的就是向消委投诉。可湖北省消委倒好,为了敛财,不惜拿自身信誉做赌注,帮企业屏蔽掉消费者在“3·15”网站的投诉。只要交钱,消费者的投诉就可“一笔勾销”,消委得了好处,企业免了灾,可谓皆大欢喜,吃亏的只有倒霉的消费者。那些投诉无门者,很难想到出卖自己的竟是“娘家人”。

更进一步看,这个对消委来说绝妙的“生财之道”,如果是由企业提出,消委只是“一时财迷心窍”倒还好,但这竟然是消委方面给企业出的“金点子”。也就是说,在这场不道德的交易中,不是由企业起头,而是消委方面主动提出的,这

对于那些守法企业来说,已经带有一定的胁迫性质了。消委的意思很明显:如果不成为我们的会员,保不准哪天,对企业的投诉就会出现“3·15”网站上。那些接到通知的守法企业,只能是敢怒不敢言。

《消费者权益保护法》明文规定,消费者协会和其他消费者组织,是依法成立的对商品和服务进行社会监督的保护消费者合法权益的社会团体;该法第三十三条还规定:消费者组织不得从事商品经营和营利性服务,不得以牟利为目的向社会推荐商品和服务。消委难道忘了自己的身份和职责了吗?

消费者组织被利益俘获,乃至成为不法企业的保护者,其实早有先例。2006年“欧典事件”曝光后,人们就发现,作为消费者最高代表的中消协,居然一度忙于各种认证、收费,消协的公信力由此受到严重质

疑。“消委敛财”再次说明,对于监管者本身也不能忽视监管,否则监管者就会滑向腐败的深渊,与被监管者沆瀣一气,大肆侵犯和掠夺公共利益。

对于中国的消费者组织而言,除了应加强法律和社会监督,更重要的是,必须尽快实现“去行政化”,即消委和消协要真正成为消费者的组织,成为独立的“下属机构”,而不是政府的“下属机构”,名义上是消费者自治组织,实质是半权力机构。这样的机构只要缺少了监督和制约,腐败是早晚的事。

### 【现代快报再评】

本来是维护消费者权益和社会公正的,却保护不法商家,加重合格消费品的成本,敲诈合法经营者。权力如果不

是出自民授,不是受到民众和法律严格约束,干哪一行的人都可能走向其职能的反面。作者说,对于中国的消费者组织而言,除了应加强法律和社会监督,更重要的是,必须尽快实现“去行政化”,即消委和消协要真正成为消费者的组织,成为独立的“下属机构”,而不是政府的“下属机构”,不是半权力机构。话说得有道理。可是,我想问,居民住宅区的物业管理或者叫物业服务公司,不是附属于政府的机构,而是性质非常明白的企业吧,它们为什么常常凌驾于业主之上,甚至欺压业主呢?为什么业主们往往“炒”不掉自己讨厌的物业公司呢?我觉得,说到底,还是我们法律主持正义的功能还没有充分实现,正不压邪。司法捍卫的是社会的底线,司法不硬什么底线都可能被突破,什么妖蛾子都可能生出来。

## 物以贪官 曾用为贵

周久耕倒台天价烟畅销是什么逻辑 中国青年报 3月26日 作者 曹林

周久耕“倒”了,“天价烟”却火了,周久耕不经意间竟成了“天价烟”的最佳形象代言人——烟商接受媒体采访时兴奋地说:“九五至尊”的销量和去年同期相比出现了明显的增长。(《现代快报》3月25日)

### 【中国青年报一评】

在这种丧失腐败耻辱感的舆论生态中,“天价烟因丑闻而火”就很正常了。舆论会因周久耕的落马而受到一种反向的暗示:媒体和网民所以盯上“九五至尊”,因为它太昂贵、太张扬、太气派、太能彰显权力了,正如周久耕高调的言论、张扬的生活和傲慢的官派一样,还有什么比“九五至尊”更适合送礼?正像二奶、小蜜成为贪官的身份象征一样,“九五至尊”也在丑闻中成为一种彰显权力品位的符号。送礼者会受到暗示——送礼就送“九五至尊”;收礼者会受到感染——我这份就适合抽“九五至尊”,官场中洋溢着这样的刺激:“九五至尊”到底是什么东东?今天你抽了“九五至尊”没有?如此,“九五至尊”自然知名度大涨、卖得更火。

在这种病态的反腐氛围中,走向预期反面的不仅有“九五至尊”的热销,还有很多类似的现象。媒体曝光许多新式的腐败,不仅没有杀鸡骇猴,反而刺激了其他地方官员的贪欲。比如,媒体曝光了某地政府部门发公费按摩车的丑闻,我就听朋友说他们的地方官员在嘟哝:人家那都发公款按摩卡了,我们的福利是不是也该跟进跟进?媒体对一些贪官腐败细节的曝光,不仅没有震慑官员,反而启发一些人的思维成了被模仿的对象。

反腐反而刺激了腐败,这种吊诡的“周久耕效应”源于社会腐败耻辱感的丧失。显然,耻感所以会丧失,又源于腐败得不到必要的查处,相反有许多让人艳羡的利益。

【现代快报再评】

不错,开封消防支队宣教中心负责人、“开封稿”作者刘铁柱讲的是大实话,他很大度,如果不是他抄了“漯河稿”,而是反过来,“漯河稿”抄了他,他一定不会计较著作权被侵害;我也很大度,觉得抄不抄都一样,让领导现场信口很有“创意”地讲半小时,实质与照念也没什么区别。本文作者更大度,说“不妨把领导讲话雷同当作行为艺术”来欣赏。我们都很大度,或者说都麻木了,这才是中国的悲剧:多少时间多少人力财力就在这类废话表演中浪费掉了!明明大家都不以为然,还在那里一本正经地作秀,且不以为耻,这样的社会风气还不算腐朽不算堕落吗?

## 多少底线在“抄来抄去”中丢失

不妨把领导讲话雷同当作行为艺术 珠江晚报 3月25日 作者 陈敏

### 【珠江晚报一评】

近日,有网友爆出在“中国消防在线”网站上,河南开封消防支队与漯河消防支队的宣传稿件如出一辙,不同的是漯河政法委书记换成了开封副市长,而开封市副市长的讲话中竟还有“构建和谐平安漯河”的字眼,被网友戏称为“开封指导漯河工作”。(见3月24日《华商报》)

报道说,这两篇千余字稿件中,前三段800余字除了时间、地点和人物不同外,内容几乎一字不差。

我们不妨抄录一段——“最近一段时期,全国相继发生了多起恶性火灾事故,不仅给国家和人民生命财产造成严重损失,而且在社会上产生了较大的负面影响。纵观漯河(开封)全市消防安全工作总体情况,形势依然严峻、任务依然艰巨,稍有疏忽,就容易引发重特大火灾甚至群死群伤恶性火灾事故……”“开封稿”中唯一的一处“疏忽”在第二段最后,一处“漯河”的字眼并未像段落中其他地方一样改成了“开封”,因而才会出现“构建和谐平安漯河”的破绽。

其实,这段话又何止是“开封指导漯河工作”,在当下中国的官场话语中,它简直

是放之四海而皆准。拿来指导北京、上海、南京的工作,也未尝不可。我想,假如把时间回溯或后推十几年几十年,也同样管用。

中国的官场话语体系与官场文化不是一朝一夕形成的,其深厚的文化积淀,蕴藏着丰富的信息密码,只要掌握了它,做秘书也好,当官员也罢,保管你万无一失。

对此,在官场浸淫多年、对官样文章颇有研究的河南开封消防支队宣教中心负责人、同时也是“开封稿”作者的刘铁柱是这样回答的——我的经验是“天下文章一大抄,看你会抄不会抄”。这个稿子要不出“漯河”两个字,别人也不会看出来。

其实,我们还真不能责怪宣传人员或者秘书们的“讲稿抄袭”。看看现在的文件,举国上下,内容至少有一半是相同的,格式也基本一致,这或许体现了在思想上、行动上与上级保

持高度一致的作风。岂但如此,君不见,我们几十年来,千人一面,众口一词,不都在雷同吗?连官员的走路姿势都是一个样的,这也许就叫统一调吧。不仅如此,全国的城市建设也差不多都是一个模式。所以说,雷同是正常的,不雷同才有点奇怪呢。由于官样文章具备“统一思想、统一调、统一讲话、统一文章”的刻板特点,难怪有人早就琢磨着搞一套公文写作软件呢,那样一来,只要输入你想要的稿件内容,即刻就能生成你所需要的稿子。从这个意义上讲,这也是一种创新——以形式化对形式化,以游戏对待无聊。你别说,这倒也的确符合节约型社会的要求——资源共享。

话说回来,在消防安全工作会议总结会上,作为傀儡的领导即便念了不雷同的、有创意的讲稿,又能如何?无非是“溃烂之处,艳若桃花”而已。所以,大家不妨以玩笑处之——玩呗!我们不妨把“领导讲话雷

## 它最赚钱 关老百姓何事

全球最赚钱的中国企业为谁赚钱 中国青年报 3月27日 作者 张贵峰

### 【中国青年报一评】

中国工商银行25日公布,2008年度实现税后利润1112亿元,成为全球最赚钱银行。中国石油年报显示,2008年度实现净利润1144.31亿元——比上年少赚300多亿,但仍保住了“亚洲最赚钱的公司”称号。稍早些时候,中国移动公布,2008年盈利1127.93亿元,成为全球最赚钱电信公司。(《京华时报》3月26日、《中国证券报》3月20日)

金融危机的形势下,却有如此多的“全球最赚钱”中资企业,照理人们应高兴和振奋,但在网上我们听到最多的,都是对这一片不怎么待见的嘘声——“靠垄断最赚钱,还好意思拿出来”“中国消费者可以入围被赚钱最多的群体”“最赚钱,关老百姓何事?”

不难看出,中资企业最赚钱业绩不招人待见甚至令人频生反感,主要是因为他们在“如何赚钱”及“为谁赚钱”这两个根本问题上很难撑起公众推敲。

先看“如何赚钱”。仔细分析工商银行、中石油、中移动具体的经营、赢利途径会发现,垄断格局下的政策性、制度性力量,仍是其“日进斗

金”、享受饕餮的利润盛宴的基本途径和方式。如中石油,日前国家发改委一声令下宣布上调成品油价格,仅此一项调价政策,中石油“每月的新增收入将达到12.6亿元”,也即一年新增150亿元以上的利润。再如工商银行,众所周知,眼下的中国银行业尤其是国有垄断性银行,绝大多数利润仍主要来源于传统而原始的“利差”。中国银行业利差比国外成熟市场高出14倍,而这正是央行政策早就规定、安排好的。

再看“为谁赚钱”。理论上,上述三家巨无霸中资企业都是“全民所有”性质的国有企业,当然也应为全民赚钱——赚钱之后,必须将利润尽可能回馈“全民”。但现实却并非如此——至少并非完全如此。依据财政部2007年发布的《中央企业国有资本收益收取

管理办法》,像中石油、中移动这样的央企,需向政府上交的分红仅是其利润总额的10%。至于工商银行这类金融国企,其具体红利征收办法,则还根本没涉及,不在上述《管理办法》范围中。也就是说,上述三家总利润高达3300亿元以上的全民所有的国企,最终只需向政府——全民的代理人,上缴200多亿的利润。(《上海证券报》2007年12月13日)

显然,如此微薄分红现状、国有资本收益收取办法,使得这些企业很难“为全民赚钱”,而更只像是在为他们自己、本部门本行业赚钱。而这样的“最赚钱”,对于广大公众的福祉来说,赚得越多,恐怕反而越构成一种不利——既是直接遭受垄断盘剥的不利,也是垄断势力做大后妨碍市场竞争秩序形成所带来的

不利。

### 【现代快报再评】

本文对公众为什么冷眼看这样的好消息做了很切实的解读,确实我们该问问这些国企及其支持者,是凭什么赚这么多钱,又是为谁在赚钱?上周我在北京,出租车司机指着中国工商银行的英文名称缩写ICBC,对我说,北京人叫工行行为“爱存不存”。这是北京市民对工商服务的评价吗?一笑。

不过,我们也要想一想,你反正没办法“治”人家,人家赚的钱报给你听,你要多好还是少好?还是垄断企业,还是非要全民背着不可的国企,服务差赚得少,或者赚的钱内部分得差不多了,给你报个亏损要吃财政补贴,你就高兴了吗?