

# 公共决策频征民意 公众担心走形式

## 征求民意关键是采纳民意,专家认为,对民意也要进行分析和整合

半个月来,从《国有土地上房屋征收与补偿条例》第二次公开征求意见,到北京“治堵新政”、“停车费新政”以及卫生部征集是否在面粉中取消使用增白剂等,都引来公众热议。

据了解,仅国务院法制办“法规规章草案意见征集系统”里,今年就有超过50件的行政法规草案和部门规章草案,已完成或者正在公开征求意见。

事实上,无论是全国人大立法还是国务院行政法规立法,全文公开征求意见早已有之,立法公开征求意见的制度化确立在2008年。

不过,记者对比近期几件公开征求意见的事件发现,在征集手段、征集方式、反馈结果上存在差异。有的民意征集活动将网络排除在正规渠道之外,征集结果未得到反馈等,都是在征集民意活动中已存在的现象。

### 征求意见中出现了一些问题

网络平台用时多。12月13日,“北京治堵意见”公开征求意见,北京市交通委员会的公告称,为“集中智慧、集思广益、献计献策缓解交通拥堵,向社会各界广泛征求意见和建议,请各界人士踊跃参与。”

根据首都之窗的公告显示,参与方式只有信函和传真两种,既无在线征集平台也无征集邮箱,在被认可的正规征集渠道中,网络被排除在外。

但同一天被挂于首都之窗上的《北京市非居住区停车收费调

整方案》(征求意见稿),则增加了在线填写建议的功能。

征求阶段有早有晚。记者发现,官方正式向社会公开征求意见应该在什么阶段进行,并没有统一的要求,绝大部分是在制定完成草案后,再向社会征求意见,很少将公开征求意见的方式用在草案制定之前。

比如,北京市交通委员会发布的“北京治堵意见”,以及很多部门法规的征求意见稿,都是有草案之后再征求意见。

但是,也有在规划建议起草之前,就公开向社会征求意见的情况。比如11月2日,发改委开展“十二五”规划建言献策活动,请全国人民为编制好“十二五”规划《纲要》出谋划策。

反馈程度参差不齐。在对征求意见情况的反馈中,内容不尽相同,甚至有的征求意见没有公开反馈,就直接公布了定稿。这让意见提交者疑惑,自己的意见是不是被采纳,又为何被拒绝。

今年7月,农业部就实施珠江禁渔期制度公开征求意见,事过三个月,10月21日,农业部印发《关于实行珠江禁渔期制度的通知》,但农业部并未公布就制

度所征集意见的情况。

而对于已经公开征集过一次意见的“征收补偿条例”,情况说明则非常详细。第二次公开征求意见的说明中,详细写明了第一次共收到的意见和建议,同时还列出了补偿、征收范围、征收程序、征收实施机构等公众关心的方面,分别收到的意见数量,意见主要集中于哪些问题,进行了怎样的梳理、研讨和修改等。

### 有关部门称不便回应公车问题

在媒体工作的苏昱平时很少参加这种意见的征求活动。她说,一般征求活动都是法规和文件,对于20多岁的人来说,除非关乎切身利益,不然很难把整篇文章看完,更别提发表意见,另外,她也担心自己发表意见最后变成一种形式。

国家行政学院教授汪玉凯认为,公开征求意见是政府信息公开的深度发展形式,更是政府信息的深度披露。但目前对如何征求意见的程序没有专门规定,也给政府在自由裁量上留下很大空间。

北京治堵措施公开征求意见以来,围绕“公车零增长”“停车费和拥堵费收取”“限行限行”等话题,网民展开了热烈讨论。北京究竟有多少公车?对于网民普遍存在的这个疑问,有关部门表示“不便”回应。

综合新京报、京华时报

### 》对话

征求民意成热点,但是好“喊”不好做,就相关话题,快报采访了复旦大学国际关系与公共事务学院教授、复旦大学选举与人大制度研究中心主任浦兴祖。

现代快报:显然,征求民意不是简单说说的。

浦兴祖:对,我的看法是,决策的民主化与决策的科学化要两方面结合。民主化包括广泛地听取民意,而听取民意主要涉及到各个阶层的各种利益关系。而另一方面,我们听取民意,还要注重科学化,因为很多问题是专业化的,那就不是老百姓能说得清的了,那就要由相应的专家去说了,比如说卫生部征集是否在面粉中取消使用增白剂,就不需要老百姓的意见,也需要食品专家的意见。

现代快报:关于征求民意,不少人认为,征求民意之后关键是纳民意,如果征而不纳,那就失去意义了。

浦兴祖:征求民意是好事情,但纳民意也不是简单的问题。首先你要真心实意地听民意,其次你要分析民意,因为民意当中有不同的声音,需要进行分析、协调。听民意决不能形式化,要重视民意,这是肯定的,但并不是说,有几种民意就一定要听取几种民意,完全照这几种民意去办,那也是比较难的事情。甚至,如果不做分析,简单地实行少数服从多数,那也不一定是好事情。所以,不要笼统地提“照民意办”。

现代快报:如你所说,听民意不能形式化,新京报报道也提到,公共决策频征民意,公众担心走形式。那么如何防止听取民意出现形式化的问题呢?

浦兴祖:我觉得,听民意的主体,主要是政府部门首先要明确决策民主化的重要性。如果决策符合民意的话,那么你推行的时候就会比较方便了,否则就会相当难。此外,需要有监督,要接受人大、政协、公众和媒体的监督。

现代快报:治堵措施公开征求意见以来,围绕“公车零增长”等话题,网民也有不少疑问。但有关部门在回答网民有关公车疑问时表示,不便回答公车数量。

浦兴祖:当你觉得有些民意不是很合理的话,你应该作出解释,这也很重要,让专家出来解释也是可以的。不作回应,这是不恰当的,是对民意的不尊重。有回应,才能保证老百姓在日后继续关注这些话题发表意见的积极性。公车问题,可能涉及到政府本身的利益,但是如果你真的有道理的话,你应该向老百姓作出合理解释。对“不便”很难理解,又不是涉及到国家机密,有什么“不便”的?那只可能说,怕一旦公布出来老百姓接受不了。

快报记者 刘方志

# 开发商砸钱五六百万办万人邻里宴

## 4500多户、13000多业主吃免费大餐,最大的火锅直径6米

亲子、爱妻、敬老、睦邻、惜己……这不是某个城市的文明宣传用语,而是一个房产商向业主推崇的生活理念;4500多户、13000多人,在同一城市同一时间用餐……这不是一项新的吉尼斯世界纪录,而是一个房产商回馈业主和对这个城市的一种感恩方式。昨天傍晚5:30起,在无锡的国际饭店、中国饭店、喜洋洋食府等10多个饭店,1.3万多名原本互不相识的无锡人因为同吃一顿免费大餐而走到了一起。继去年底一掷80多万元邀请8000多名业主同享“邻里宴”的金科地产今年又将“邻里文化”升级,于昨天上演的这场名副其实的万人宴,餐饮、推广等费用花费了五六百万元。

快报记者 金辰 薛晟

### 1.3万名业主受邀邻里宴

昨晚,在无锡市崇安区广益路的一片广场上,陆续有人凭票进入一个比足球场还大的棚里,而在入口处更为引人注目的是一口直径达6米的大火锅,锅里热气腾腾散发着香味的各种食材让人垂涎欲滴。很快,大棚里的75个圆桌座无虚席。一边看着舞台上的精彩演出,一边开怀大吃,笑声充满整个大棚。

“这已经是我第二次参加这样的大场面了。”业主杨小姐一边舀着火锅里的美食一边笑着告诉记者。“去年底,接到开发商电话邀请吃年夜饭,我还有点不相信,因为当时我房子买了已经有1年多了。”杨小姐说,当时到了现场后,才发现开发商把整个饭店都包下来了,楼上楼下,一起吃饭的都是金科的业主,只是在不同的小区罢了。

“逢年过节,开发商经常打电话给我们,领粽子、月饼等礼品,虽然东西不算贵,但让人还蛮暖心的。”杨小姐向记者透露说,本身就是从事房屋中介生意的,因为有了切身感受,在这几年里,她已经向周围的亲戚、朋友和同事“推销”了五六套金科的房子了。

记者从此次万人“邻里宴”的主办方金科地产了解到,此次“邻里宴”,筹备了一个多月,从向业主发出的请帖回复来看,参加此次的“邻里宴”一共有4500多户1.3



邻里宴上,直径6米的大火锅 快报记者 薛晟 摄

万多人。而为了能给这个万人宴找地方,主办方除了在两个小区搭临时大棚,还把国际饭店、中国饭店、喜洋洋食府等10多个无锡知名饭店全部包下,作为“邻里宴”的场地。

### 小区广场搭建大食堂

而为了能让业主更能体会家的气氛,“邻里宴”的主会场并没有安排在任何一家饭店,而是选择在金科旗下的两个小区间的空地上。

为了能容纳七八千人同时用餐,大棚的面积约有8000平米。喜洋洋食府经理李女士告诉记者,去年金科找到他们要包场宴请业主吃

饭,当时他们就很惊讶,而今年为了满足客户要在广场搭大棚宴请这么多业主的要求,他们把一个分店的厨师、服务员等90多人“一锅端”外派到这个“大食堂”提供服务。

“其实除了这个外场,我们在市区、锡山区的另外3家饭店,还分别承接了200多桌、70多桌、70多桌的宴席。”李女士向记者透露,此次金科的万人宴,他们一个店就承接了450多桌,差不多占了1/3的量。李女士坦言,虽然饭店此前一次性承接三四百桌的宴席也不少,但大多都是大企业宴请员工的,由开发商请这么多业主聚餐的,至今只遇到这一家。

### 》开发商

## 我们卖的不是房子是生活

“我们很早就开始在业主间倡导提出了‘邻里文化’这个理念,我们现在提倡亲子、爱妻、敬老、睦邻、惜己……不仅仅是我们的企业文化,更想把这些中华传统美德介绍给业主们接受。”无锡金科房地产开发有限公司营销总监肖坦介绍说,现在开发商这么多,但真正算得上成功的并不多,除了因房子的规划、设计、建造理念不同为消费者选择不同外,因为消费者的越来越理性购房,也促使他们越来越认真地体会到,现在开发商不能仅仅是卖房子,而是应

该向业主推荐一种有益的生活模式。

“比如说,我们举办的‘邻里宴’,我们倡导的‘邻里文化’,这些都要通过我们和业主互动来达到。”肖坦告诉记者,现在的营销,除了要让商品有知名度、美誉度,更重要的是赢取消费者的忠诚度,而这一点恰恰是应该为每个商家所追求的最高目标。而金科在无锡开发出售的楼盘中,老业主推荐新业主购买的重复购买率已经达到了37%,这一点也让开发商敢花重金举行万人“邻里宴”有了十足的底气。

### 》声音

## “花芝麻的钱买了个大西瓜”

不过,在万人“邻里宴”给无锡房地产企业带来震动的同时,也有企业对此表现出不屑。一位房产商就认为,归根结底还是“羊毛出在羊身上”,假以时日,业主终会看清的。也有房产商认为,这样的“邻里宴”、万人宴,其实无非是商家另一种广告形式,但以这种方式来赚取口碑,对于开发商而言实在是“花了芝麻的钱买了个大西瓜”。而之所以现在的开发商与以前相比,越来越多肯以实实在在

的礼物回馈业主,主要还在于现在的开发商,特别是一些外来的大体量开发商在无锡并不是开发一个两个楼盘,往往是五六个、七八个连续地开发新楼盘,为此,在这时候,赢取消费者,特别是老客户的二次消费或者是老带新的消费模式,口碑就显得尤为重要。

无论是金科的万人“邻里宴”,还是锡城一些楼盘业主自发的AA制年夜饭,在江南大学知名教授庄若江看来,这些都反映了“邻里情”的回归和提升。