

白酒价格成倍飙升背后,公款消费甚至涉及腐败的暗流涌动,新华社“新华视点”关注—— “三公”消费禁令,能否遏制白酒疯涨

在公款消费禁令的压力下,多年来“牛气冲天”“只涨不跌”的国内高端白酒价格终于“退烧”。白酒“标杆”的飞天茅台酒,市场价大跌500元以上,其他白酒大跌一两百元的也不少见。近年来,高端白酒的酒价如“脱缰野马”。成倍飙升背后,公款消费甚至涉及腐败的暗流涌动,几乎成了“公开的秘密”。本次酒价下挫的直接因素正是中央明确表态公款禁购高档烟酒。专家表示,治理“三公”消费,不妨从天价白酒开刀。

□新华社“新华视点”记者 陆文军

1问

“避风头”还是“泻虚火”?

近年来,高端白酒上涨堪称眼花缭乱。短短几年间,一瓶53度飞天茅台零售价从600多元疯涨到2000多元。五粮液、水井坊、国窖1573等一批白酒身价也“腾云驾雾”,迅速进入“千元俱乐部”。

然而,今年3月国务院召开的第五次廉政工作会议上,明确指出要严格控制“三公”经费,禁止用公款购买香烟、高档酒和礼品。短短两个月,市场上多年来“只涨不跌”的高端白酒应声跌价。记者向几家茅台专卖店主动询问,得到的答复告知现在有酒,而且价格“好商量”,就是要买一两箱也可以,这在以前是不能想象的。

“老客户我们都发短信通知他们来买酒,以前有酒也不会卖的。今年春节过后,市场上酒价跌了,零售还是可以卖到1700多

元,现在上面要求涨到1519元,也就是说跌不下去了。”上海一家茅台专卖店负责人说。

“一些著名白酒,通过团购形式向机关、国企供应的比例不低,因为‘风头正紧’,很多公务招待已经刻意回避茅台、五粮液等名酒,市场供求关系迅速出现了变化。”白酒专家铁犁说。

专家分析指出,酒价跌固然有季节性因素和整体经济下滑等因素影响,但相比去年出现的白酒淡季狂涨,本轮酒价下跌,一是目前公款成高端酒类消费重要力量,禁令将直接冲击这些高档白酒销量;二是近年来高端白酒疯狂涨价,吸引了大量社会资本进入这个市场炒作,进一步制造了市场的泡沫,公款禁止消费高档白酒,导致这些投机资本外逃,这让“虚高”的酒价回落。

2问 酒价虚高“公款撑腰”?

长期以来,公款消费高价白酒一直是“三公”消费乱象中,社会最为诟病的现象之一。而国内白酒原料、技术不见实质性提高,而价格却成倍飙升。

记者接触到的一位大型国企人士透露,实际上公款消费属于“价格不敏感”型消费,不会因为酒价涨了几百元而改换白酒品牌消费,这也是国内高端白酒越来越高的因素之一。

上海经商的瞿先生说,现在在一些商务宴请都都用茅台、五粮液,否则显得没有档次。“这种不言自明的流行,带动了高档白酒想涨就涨,也造就了某种供不应求,我们都是被动接受涨价。酒

放不坏,并且一直在涨,导致一些人干脆囤酒。这样市场上显得供应更紧,酒价就再往上涨。”

从今年一季报来看,酒企利润率依旧“抢眼”:五粮液、山西汾酒、泸州老窖等8家酒企平均毛利率均在50%以上,其中贵州茅台毛利率高达92%。这样的数据,远远高于一般产业和绝大多数上市公司。

今年以来,白酒行业最受关注的事件是茅台、五粮液、汾酒等八大骨干白酒企业承诺“两公开”。即公开销售渠道、网点和供应量,公开假冒产品产销商名单和案件查处情况。

国家质检总局执法督查司有

关负责人说,白酒市场大、网点多、销售渠道复杂、获利空间大,正因为如此,制假贩假猖獗,“两公开”能够有效净化市场,打击制售假酒。

打假酒厂都愿意,但从4月21日“两公开”承诺期至今,不少酒企却依然显得“犹抱琵琶半遮面”。除了五粮液等少数企业大方公开外,酒企官网上公开信息“并不好找”。

专家指出,白酒是竞争性行业,成本、渠道、供应量等信息不透明,一直是国内白酒行业操作方式和获取高额利润的手段。“两公开”有阻力,一些高档白酒直接供应机关、国企,很难向社会公开。

3问 如何把公款消费挡在“雷池”之外?

毫无疑问,茅台、五粮液都是国人喜爱的优秀民族品牌,但近年来的疯狂涨价让“酒香”变了味。飞天茅台酒10年涨了10倍。长期研究社会问题的华东师范大学教授余南平认为,高档白酒不断涨价,而且在国内喝酒文化备受追捧,表面上看像是“消费升级”,越涨越受捧,但究其实质,依然是中国社会所特有的一种“身份需求”引发的特殊消费现象,而且与公款消费结合在一起,是一种不健康的风气。

茅台酒之类的奢侈消费不仅让政府的亲民形象越走越远,还难免在“礼尚往来”中滋生更多的腐败。

今年两会上,就有不少代表委员大声疾呼,禁止公款消费茅台,受到了社会普遍赞同。“酒价受到市场供需和企业定价影响,仅靠企业自律是不够的”,上海市流通经济研究所所长汪亮认为,只有严格监管公务消费,挤出合理需求,才能促使企业在定价上回归真实价值,实现酒价稳定

运行。专家表示,近期“三公”经费中另一“大户”公车消费的新规定,值得借鉴。如提出“双18”的采购限制(即明确要求公车采购排量不超过1.8升,价格不超过18万),还公布了公车采购车型目录。相应的,目前对于公款禁止购买高档酒的规定也期待有关部门加紧细化工作,划定“高档”的价格水平线,把公款消费挡在这个“雷池”之外,让公款接待消费标准有个“谱”。

新华时评

“苍蝇”虽小 “规定”事大

北京规定每间公厕的苍蝇数量不得超过两只,南昌规定不得超过三只,南京要求不得超过五只,三亚则要求无苍蝇……近日,“几只苍蝇”的话题引起了广泛热议。玩笑、讽刺、调侃和戏谑之下,包裹的却是一个有关政策执行力和权威性的严肃命题。

苍蝇数量的多少,某种意义上确实可以体现出公厕的卫生程度。为了便于评价和管理,有关部门把“清洁”分解成若干可量化的指标,也有其必要性和合理性。但相对于“臭味”“垃圾”“污水”等物,苍蝇毕竟属于无固

定“住所”的“访客”,细化到个位数后,如何监督标准的落实?即使是居民家里天天洗刷的马桶,都难免偶尔有苍蝇“光顾”,何况一直“流水作业”的公厕?

方便实用、整洁卫生无臭味。人们一直追求的公厕卫生,的确事关城市文明程度,加强管理也一直呼声不断,问题是相关管理规定是否真正具有可操作性。早在1998年,《中华人民共和国城市公厕卫生标准》中就分别规定了3类公厕的苍蝇数量;我国对国家级卫生区、国家级卫生镇的评定标准中,也基本都有对

苍蝇数量上限的规定,有的还对蚊子的数量进行了规定。然而时至今日,却很少有监管部门在苍蝇的事上“较真”,更未听闻哪里因为公厕苍蝇数超标而受罚。北京、三亚等地环卫负责人也承认,实际过程中并不好操作,更不会“派专人数苍蝇”。那么,这样的规定要来干吗?

更值得深思的是,执行不了的“苍蝇”标准,只是众多“空头”规定的一个典型案例。从“公交车上如果不让座就罚款”到“穿高跟鞋开车鞋跟不得超过4厘米”,再到“违背生活作息规律不得租

房”等等,近年来一些地方政府在城市管理上屡出新招。最滑稽的是,有的地方竟然出台了“山猴礼貌行为准则”。这些规定不可谓不细,但大都因为脱离实际而难以落实。

“天下之事,不难于立法,而难于法之必行。”“苍蝇”虽小,“规定”事大,政府规定沦为“一纸空文”,不仅起不到规范管理的效果,反而会伤害政策的权威性。与其“闭门造车”出台“规定”,还不如踏踏实实做好最基本的清洁卫生。

新华社记者 姜琳

热点纵论

发救火补贴无异于抱“薪”救火

□湖北 王艳春

4月2日,重庆市合川区革街街道龙潭村发生了一起森林火灾。但火被扑灭后,街道办主要领导未总结教训,反而以差旅费等名义,对当日参与扑火的机关干部以700元每天的标准发放救火补贴。事情被举报后,纪委进行了调查,但只是把街道办书记和主任降为副职,仍由其主持工作,引发了民众纷纷质疑。

(5月28日《工人日报》)一场由扑火引发的“津贴风波”搅动了公众的心。虽然从火灾发生到最后主要干部在形式上被去职,情节不乏曲折,但带给人的疑虑却始终没变:救火缘何成了私发补贴的“通行证”?

公务员有自己的工资福利体系,丰厚而封闭。《公务员法》对之的规定,也只有一句笼统的话:“公务员工资包括基本工资、津贴、补贴和奖金”。缺乏制约的

边界,给下级政府机关“补贴泛滥”留下了口子。参加个扑火,就能拿到一天数百元的补贴,恰恰凸显了这种乱象。

试想,当天参与扑火的不只有机关干部吧,消防战士和一些群众肯定参与了。如果机关干部可以因为救了火,便能拿到高额补贴,那消防战士及其他参与救火的人是不是也该拿呢?“参与”的含糊性也更反映出津贴发放的随意。据举报者说,一些干部只是被召集起来,排了个队,并没有真正参与救火。“救火”只不过是发放津贴的一个借口。

不得不说,如此缺乏法规和政策依据地滥发津贴、补助,并在财政上随意支取,其实不亚于巧取豪夺。纳税人的钱是为了维持正常的公共服务运转,公务员应该拿他们合理合法的薪酬。即便扑火不是机关人员的本职工作



作,但从根本上说,维护公共安全,是其分内之事。他们的行为还是属于践履“服务公众、服务社会”的职责,没有理由获得额外的报酬。

火灾被扑灭,虽值得庆幸但不值得庆贺。更需要反思的,是“救火补贴”的横空出世,涂鸦出

的却分明是一种“福利至上”的公职部门生态。

“救火补贴”的警喻意义就在于,地方财政亟需安装机制的“防火墙”,而不是上演抱“薪”(金)救火的荒唐获利游戏。

(作者系武汉大学研究生) 漫画 抱“薪”救火 王成喜 山东

今日视点

有毒童装为何非等到儿童节才曝光?

儿童节快到了,很多孩子都会收到新衣服。近日,北京市消费者协会对北京、上海、广东等七省市47家企业生产或经销的63种童装进行了比较试验,结果显示,33.3%的样品存在不同程度的问题。多个厂家生产的童装甲醛含量、pH值严重超标,有些童装染料中还含有可分解致癌芳香胺。(5月28日《半岛晨报》)

从关心孩子健康成长的角度看,相关部门在儿童节之际调查并曝光童装质量问题,体现了职能部门的责任担当。但是我不明白的是,有毒童装及其他劣质儿童用品的危害时刻存在,为何等到儿童节之际才监督调查、提请曝光呢?

这还是在正规市场抽查的结果,其中不乏大品牌,非正规童装市场的合格率可能更令人担忧。有毒童装伤害儿童身体,还可能造成儿童慢性中毒,甚至引发儿童白血病,其危害之严重并非危言耸听。对儿童用品执行强制认证制度,加强监督检查密度,已经成了刻不容缓的任务。相关部门选择在儿童节前夕调查曝光童装抽查合格率,虽说可以看作是送给孩子们的一份节日礼物,但是,换个角度讲,相关部门监管成效姗姗来迟,实际上也是一份迟到的“败兴礼”。

这样的“败兴礼”不止儿童节,比如端午节来临了,粽子市场大检查屡屡发现毒粽子;中秋节快到了,月饼抽查不合格率居高不下;要过年了,烟花爆竹安全大检查情况不容乐观,等等。看似职能部门闻节而动,大有作为,实则反映监管效能的常态化不足,“临时抱佛脚”的运动式执法形成习惯。这恰恰是市场质量、安全问题久治不愈的根源所在。

不打破这种节日日景的市场大检查,儿童乃至所有民众的消费安全就不可能有真正的保障。

刘凯玲(武汉)