

卫生部新闻发言人毛群安：新医改方案奥运后出台

本报北京 卫生部新闻发言人毛群安8日在广州接受羊城晚报专访时透露，目前卫生工作的重中之重是保障北京奥运会的食品、医改方案要奥运后正式出台。毛群安说，刚上任的国务院副总理李克强分管卫生，由于他同时分管财政和发改委，将有利于推动医改的顺利实施。

近年来医改方案出台时间多次延迟，一度盛传新医改方案于两会后公布。方案是否近期出台？毛群安表示，新医改方案基本框架已成型，预计要奥运后正式出台，此前将广泛向社会公开征求意见，包括民众和医疗卫生系统。有数据显示，中国政府用于民生方面的支出偏低，2003-2007年医疗卫生支出占同期财政支出的比重只有3.56%，美国2000年已达到20%，按人均计算，差距更大。新医改政府可有更大投入？对此，毛群安说，卫生工作由刚上任的国务院副总理李克强分管，他同时还分管财政和发改委，新医改的顺利实施是有保障的。

关于广东有没有机会成为医改试点的问题，毛群安表示，卫生部会在各省自愿申报基础上遴选，前期有医改探索的地区获选机会大。卫生部希望试点应该实行全套而非单项医改，试点选取会考虑中东西区域平衡，同时给予足够的弹性空间，留给地方探索权。

本来大病才上大医院，小病就近解决，但有群众反映，对基层的社区医疗水平不信任，很多小病还是跑到大医院看。毛群安对此回应说：在发展社区医疗方面，天津和宁波已经取得一定成果，天津的社区医疗已经解决了30%~40%群众就医问题，宁波更是达到70%，“只要扎扎实实把社区医疗做好，就能把跑到大医院的病人实现合理分流，反过来促进大医院的改革”。

据《羊城晚报》

石家庄计划投资1400亿 摘掉“天下第一庄”帽子

本报石家庄 目前，石家庄这座号称“天下第一庄”的河北省省会城市，正在进行大规模的城市形象建设。在拆字当头、建字随后、治字贯穿的稳步推动下，按照预定目标，三年后石家庄将容颜焕发，靓妆出镜。

“一年一大步，三年大变化”。石家庄要提升品位，改善形象，建首善之区，创宜居城市，当地政府对“庄”为“城”的信心坚定。石家庄市长冀纯堂表示，现在石家庄迎来了发展史上大有可为的黄金发展期。

根据“一年一大步，三年大变化”建设规划，三年内，石家庄市将通过总投资1400亿元人民币的“主城改造、新区建设、道路畅通、品位提升、精细管理、市民素质”六大工程的六百个项目建设，基本建成城市布局进一步优化、城市功能趋向合理、配套设施基本齐全、城市品位明显提高、山水特色初步凸显、生态环境持续好转的现代化生态型区域性中心城市。据中国新闻网

浙江宁波修订《三字经》 争取在全国中小学推广

本报北京 不久，当我们再次读到《三字经》时，其内容或许已发生变化。7日，记者从浙江宁波鄞州区《三字经》修订工程办公室获悉，新《三字经》将于4月下旬对外公布，4月底由人民教育出版社出版。据介绍，新添内容在全书10%以内，集中在“叙事”部分，如添加了从辛亥革命到新中国成立期间的重大历史事件。

《三字经》修订工程去年11月启动，据该办公室副主任王重光介绍，700余年来，王相、贺兴思、章太炎等学者都修订过《三字经》。由于观点不同，字数、内容都有差异。同时，《三字经》一些内容有时局局限性，封建色彩浓厚，不利于现在的启蒙教育和传播。“修订后的《三字经》，字数控制在1300字，将由人民教育出版社出版，争取以选修课的形式在全国中小学推广。”据《东方早报》

山西副局长杀人案终审判决 首犯仍判死刑

本报北京 记者7日从山西省高级人民法院获悉，该院近日对运城“12·24”重大杀人案作出终审判决，运城畜牧局原副局长、首犯张斌仍然被判死刑。

2006年12月24日下午，山西省运城市盐湖区物价局原副局长朱文军到运城中心医院找其妻李海美，看到运城畜牧局原副局长张斌未穿外衣正躺在李海美床上，双方发生了争执，朱文军将一个玻璃杯扔到了张斌头上。

受伤的张斌通过其朋友徐春龙让祥和小区保安负责人王岗等人携带菜刀、砍刀等凶器赶到医院。下午3时，朱文军和其妻李海美、邻居张建军应张斌之约再次来到医院，剥夺政治权利终身。被告人徐春龙犯故意杀人罪，判处有期徒刑三年，决定执行死刑，剥夺政治权利终身。被告人柴文貌犯故意杀人罪，判处有期徒刑，剥夺政治权利终身；犯故意伤害罪，判处有期徒刑，剥夺政治权利终身。其余被告人被判处有期徒刑13年到1年不等。

据《法制日报》

中国艺术品全球销售第三 仅次于美国英国

本报北京 最新资料显示，在全球35位艺术作品拍卖价格达七位数的艺术家中，中国就占了15位；而过去七年，中国艺术家的价格上涨了八倍，因而让中国首次取代法国，在艺术品销售市场上仅次于美国、英国，名列第三。

法国艺术品市场信息集团Artprice日前公布《艺术品市场趋势》报告，报告指出，由于对中国艺术品的兴趣日益增加，使得中国在全球拍卖市场有此成绩，虽然只占全球拍卖收入的7.3%，与43%的纽约、30%的伦敦仍有一大段差距，但不用多久中国就足以提出挑战。

文章同时分析法国衰落的原因，主要在缺乏年轻新秀。报告称，1945年以后出生的艺术家约占全球艺术品销售的10%，但他们在法国市场所占的比例仅有2.8%。一位不愿透露姓名的艺术评论家指出，这正是法国衰落的象征，“自二战以来，法国就没有出色的艺术家。”

据统计，中国艺术品2007年在全球拍卖市场的总成交额是人民币236.9亿元，比前一年增长近30%。据《华商报》



8日，郑宏春介绍他创作的造型根雕作品。安徽省巢湖市农民根艺师郑宏春创作出30多件运动造型根雕，表达对2008年北京奥运会的祝福。新华社发

佛山一邮政支局局长 非法巨额吸储案开审

本报佛山 经1年多调查后，引起全国轰动的佛山邮储“809专案”8日在佛山市中级法院开庭审理，嫌犯何丽琼等6被告人被指控贪污罪、非法吸收公众存款罪等4宗罪，何丽琼被控贪污公款近1.6亿元、非法吸储近12.7亿元，贪污罪为新增罪名，这一变化导致被告人何丽琼及陈绮丽最高可被判处死刑。

与警方原起诉意见书相比，检方起诉意见最大不同是增加一项新罪名即贪污罪，6名被告人共被控贪污罪、非法吸收公众存款罪、故意伤害罪、故意毁坏财物罪4宗罪。据检方指控，2003年下半年至2004年6月，被告人何丽琼为偿还澳门赌博所欠赌债及进行个人投资，纠集被告人陈绮丽共同密谋利用二人分别担任佛山市禅城区邮政局大客户部经理、佛山市禅城区邮政局澜石支局总台及支局长的职务便利，利用挂失密码、无折取款、冒充储户取款等手段侵吞澜石邮政支局专用账户内的储蓄资金。截至案发前，二人共贪污公款人民币1.5978亿元。

而据“佛公经诉字”2007“06号”警方起诉意见书，何丽琼等6被告人涉嫌3宗罪，没有贪污罪这一指控。这种变化所导致的最大不同是何丽琼、陈绮丽最高有可能被判处死刑。按原有3宗罪，何丽琼、陈绮丽均不可能判处死刑。

据《南方都市报》



8日，几名演员在表演印度古典舞蹈。当日，来自印度的舞蹈演员在北京饭店为观众送上一场亦真亦幻的印度古典舞蹈演出。新华社发

新闻时评

时政点击

“最牛洗脚城” 隐喻的权力崇拜症

网上近日流传一组洗脚城开业的照片，引发网络强烈反响，称其为“最牛洗脚城”。张家界武陵源区开了一家洗脚城，好大排场，照片里显示市检察院、市法院、市地税局、市建设局、区检察院、区法院……全都送了大红条幅，热烈祝贺该洗脚城隆重开业，祝他们以后生意兴隆、财源滚滚，红通通地把一栋楼几乎盖住了。张家界市委办工作人员表示，那些条幅是商家自我炒作，政府机关并未同意。《南方都市报》4月8日

区区一个洗脚城的开业庆典，居然有这么多的政府机关纷纷前来恭贺？即便此事没有张家界政府方面的“辟谣”，我们从常理来判断，这也绝对是不可能的事情。当然，事件已基本真相大白，市政府恭贺标语悬挂在洗脚房大楼上，完全是商家“擅自做主”的行为，与市政府无关，无需再作讨论；我们需要关注和解读的是，商家自己出钱冠名公权力机关悬挂“权力贺辞”的心态。

有人说，这是一种炫耀和显摆——让消费者看看，洗脚房的后台有多硬。说实话，我倒不这样看。逐利是资本的天性，商家也不是傻子，不可能花费大量金钱去满足所谓的虚荣心，之所以要在周年店庆之际悬挂这样一条横幅，无非是想借政府的“牌子”来抬高自身的“身价”，达到商业炒作和广而告之的目的。其实，稍稍留意一下，我们便不难发现，这种行为并非是个例，商家对“政府贺辞”情有独钟的不良商业心态具有一定的普遍性——在现实中，一些商家都把来自政府部门的“支持和认可”视作成本最低、效果最佳的广告宣传方式，因而在店庆和开业时，有关系有门路的就会想尽办法获得一些政府机关的“祝贺”，没有关系没有门路的就动起了歪念头——伪造！

追究起来，在笔者看来，这种假冒“权力贺辞”的商业另类行为，反映出商业伦理的不健康和商业发展理念的错位。异化和扭曲的商业伦理，从而导致一些商业经济单元患上了“公权力崇拜症”——认为只要和公权力“拉”上关系，和政府部门“沾”上边，就能更容易地得到市场的认可，就会顺风顺水、开业大吉、财源滚滚来……等等。

心态当然是可笑可悲的。但这天下终究是没有“无缘无故的爱与恨”，商家近乎群体性地患上“权力崇拜症”，也不是没来由的——到底是为了什么？这是一个回避不了、需要反思的问题。或许，正是现实中某种“权钱交易”的巨大“蛋糕效应”，产生出了巨大的辐射力和蛊惑力，才让众多的商家深陷其中，迷失了自我。由此来看，要想彻底消除这种现象，不能仅靠商家自身的改过和“疗伤”，还需要公权力机关乃至社会大众的反省、自律和警惕。 陈孜睿

公德随时考问我们

前天在单位食堂午餐时，坐对面的同事突然冒了一句，“这两年市政府做了不少好事”，我脱口应道：“是的。”我们两人都是发自内心的，我说“道路那么宽，绿化那么好”，他说“公交那么便宜，那么方便”，我说“公共厕所免费了”，他说“公园全免费了”，我说“是啊，这些事情都给普通市民带来了好处，市民受益了”。我受益了。冬末以来，我几乎每个周末都去公园逛一逛。这里的花卉树木、鹦鹉雀巢、闹闹牌坊、塔灯路桥、荷塘鱼水、石刻楹联、音乐风铃、清新空气，无处不是享受。

然而好风景处也常有煞风景的人和事。梅花开了，有人采摘带走；樱花开了，有人用力摇晃，使得花落如雨，以便在花“雨”中拍照留影；有人嗑瓜子随意吐壳，有人在紫藤架下的座椅旁扔下餐巾纸和食品包装，而垃圾桶就在旁边几米远；有人在公共厕所方便后不肯抬手按冲水，而“便后冲冲”就在眼前墙上。我曾玩笑问乱丢杂物者怎么乱扔，他说反正有人扫。

我们干人所拥有的保洁员很有把握世界排名遥遥居前，可是友人出国旅游回来，人家那里根本看不到保洁员，公共场所却非常清洁干净。可以想象，如果让全国所有保洁员带薪休假一天，我们公共场合的卫生状况将会怎样糟糕？我们随意糟蹋公共环境的不良习惯带到国外去也已经遭遇困境和蔑视。

公德随时考问我们，也随地影响他人，所以我们必须每日三省吾身，检点自己的行为是否符合公共道德规范，悉心爱护共同的美好家园，热心改善共同的人居环境。如果说做细节决定成败，那么做人又何尝不是。一个人不注意社会公德就得不到尊重，一个民族没有起码的社会文明就不能叫真正强大，我们要努力啊。 柏文学

人民币迅速升值不是好事

4月7日，人民币对美元汇率的中间价达到7.0020:1，创历史新高，“破7”近在咫尺。前美国财政部长康纳利有句名言：“美元是我们的货币，却是你们的问题。”不幸的是，这句话如今正在中国身上得到验证。由美元持续贬值和人民币迅速升值带来的，是企业出口逐渐恶化、外汇储备严重缩水等等。

包括国际投行在内的一些研究机构和经济学者之所以极力主张人民币快速升值，一个重要原因是他们认为人民币只有以更快的速度升值才能有效缓解目前国内高涨的通货膨胀。但事实恰恰与他们的预估相反，人民币快速升值的一季度，也是国内物价涨得最厉害的三个月。这当然有雪灾影响的因素，但也与人民币快速升值带来的热钱持续流入导致流动性过剩以及国际原材料价格大幅上升有很大关系。

理论上说，一国货币升值有助于进口和降低该国的通货膨胀水平。但这需要有个前提，即与之挂钩的国际主要货币不出现大幅贬值。问题是，这个前提对我们来说目前不存在。美元作为当今事实上的世界货币，也是人民币紧盯的目标，近年来一直处于贬值状态。尤其是今年以来，美元对欧元贬值了9%，创下单季最大贬值幅度，对日元也有大幅贬值。美元贬值虽然有助于缩小美国的贸易逆差，但必然会助推油价上涨。而中国目前是一个石油进口大国，高油价无疑会增加中国经济面临的通胀风险。

不只是油价，举凡国际商品市场大宗产品，特别是原材料，其价格都会因美国放任美元下跌而出现大幅上扬。就此而言，人民币升值尽管能够在国际市场进口更多的产品，但由于所购产品本身价格已很高，再加之价格的传导作用，实际上对国内物价的冲击作用有限。特别是，当中国因素成为影响国际商品市场增量供求的主要因素之一时，对于人民币升值压力的快速升值，我们必须要更深入的思考。 邓聿文

“争议”的不仅仅是“遵义会议酒”

据4月7日《中国青年报》报道，近期，贵州遵义市茅台镇一家酒厂以“遵义会议”为白酒商标的申请已经被国家商标局受理，使用“TM”（表示商标局已受理申请，但仍处于异议期）标志的“遵义会议酒”开始投放全国市场。

这回，“遵义会议酒”可真的惹起“争议”了。据悉，中国青年报社会调查中心与新浪网新闻中心联合开展的一项有1636人参与的调查显示，79.3%的人对此持反对态度。问到具体看法，67.8%的人认为“遵义会议”注册为白酒商标有损遵义形象，亵渎了历史，也亵渎了红色文化，39.4%的人认为，“遵义会议”是一种公共资源，不应该被个别企业独占。

“遵义会议”是否能成为白酒商标确实“争议”很大。有人认为，这可以让历史浸于酒、铭于心。一切的历史、文化，为现实生活中的百姓所喜闻乐见，是视觉上的或听觉上的反感，而是一种被“亵渎”之感，一种对重大历史事件以及对历史文化的敬畏情结下的自然排斥，这是发自内心的。

因此，有一个问题便不容回避的——我国有丰富的历史文化资源和红色资源，这些优势资源现在面临什么问题？他们应该如何被开发和利用？“遵义会议酒”的“争议”这扇窗？任何积极的尝试都值得肯定。浙江绍兴市政府出资百万元，委托商标事务所将绍兴尚未注册的山名、水景、名水、名产、名人和老字号等历史文化商标全部进行了注册，以防止当地历史文化资源和文化遗产的大量流失。这次“争议”的不仅仅是“遵义会议酒”。“争议”是观点的交锋，也是一种提醒、一次反思，更应该成为推进探索科学合理利用历史文化资源的动力。 冬雪草

每个人都有自己的评判标准与观点，尤其在自己权益得到充分保障的前提下，谁都可以自由表达。相关调查虽然参与者为数不多，但从赞成与反对的比例来看，反对者占绝大多数。前一段时间关于“恒源祥广告”，中国青年报社调中心联合某网也曾作过调查：在1563名受访者中，有61.7%的人对这类广告是“排斥”态度，“没感觉”的占28.9%，只有9.4%的人“喜欢”。