

多些创造性的“基层设计”

南京最近出台郊县镇街分类考核实施办法,取消了镇街GDP总量考核指标,居民就业和收入成为考核主要指标。这一做法,意在引导镇街干部自觉纠正“唯GDP总量和速度”的倾向,全心全意推进科学发展。这样的“基层设计”,引人思考。

“顶层设计”,是站在战略制高点寻求解决问题之道,从高端规划发展问题。而“顶层设计”要落地,还需“基层设计”来呼应。比如基层考核若依旧唯GDP论英雄,科学发展蓝图就难免被“前任政绩后任债、一任政绩几任包袱”等现象搞得千疮百孔。

如果说“顶层设计”是在战略层面创新,“基层设计”就是在战术层面创新。“顶层设计”是制定大政方针,“基层设计”则是以创造性精神执行和推进。未来几年怎么走?无论是中央还是地方,都已制定规划纲要。而作为大政方针,规划纲要总是根据全局状态制定的,不可能特别具体。要把“顶层设计”变为现实,需要基层吃透上级精神,从本地

实际出发,多些“基层设计”。

有种现象由来已久,即“上下一般粗”。上面一个政策下来,不“消化”,不“加工”,直接往下“贯彻”。它看似是“全面贯彻”,还特别“雷厉风行”,但事实上,却因缺乏“基层设计”,没有结合具体“下情”,执行中难免磕磕绊绊,致使“落实”屡屡“落空”,使政策在执行中表面化、简单化、绝对化,或者欲速而不达。故而毛泽东在《反对本本主义》中说:“盲目地表面上完全无异议地执行上级的指示,这不是真正在执行上级的指示,这是反对上级指示或者对上级指示怠工的最妙方法。”

多些“基层设计”,关键在善于“变通”。提到“变通”,人们往往会想到“上有政策、下有对策”。其实,“下有对策”不是“变通”,而是把上级政策肢解或曲解,为小团体利益及个人私利所用,本质上属于背离或破坏上级政策。“变通”是以创造性精神落实政策,使政策效益最大化。“变

通”意味着变动常规,但这种变动又符合“顶层设计”精神,为客观实际所需要。善于“变通”,才能有执行力。这考验着基层治理的智慧和能力,也考验着基层干部的责任感。吃透“上情”,了解“下情”,掌握外界信息,把握变革最佳时机,勇于担当,求真务实,方能以良好“基层设计”把“顶层设计”精神落到实处。

改革创新往往先从基层得到突破。破解发展中的难题,需要“顶层设计”指引方向,也需要“基层设计”来充实和完善。在这种互动过程中,我们还应防止“看的指贵干的”。不琢磨事老琢磨人,别人在那里埋头苦干,他在那里说三道四。别人干好了,他说风凉话;别人有了失误,他说泄气话,甚至“放冷箭”,搞得基层创新风险大、成本高、麻烦多。在这个意义上,只有为“基层设计”者创造良好的环境,来自基层的创造创新才会五彩纷呈。

根生

杜绝执考泄题事件捍卫公信底线

9月24日,2011年国家一级建造师考试开考。根据媒体的报道,有考生发现考试前一天晚上考题和答案已被人通过博客公布,博客公布的考题与考试内容几乎完全一致,博客公布的答案与一些专业考试网站考后给出的“正确答案”80%吻合。这是连日来,继注册会计师考试、医师资格考试、司法考试三大执业考试相继被曝存在泄题现象之后的第四次疑似泄题事件。

尽管目前上述四类执业考试的主管机构对疑似泄题情况态度不一,既有中国注册会计师协会证实考试期间有人卖考题和答案,也有国家医学考试中心发公告称,网上发布的试卷信息均为虚假信息,而司法部则表示,尚无确凿证据显示泄题。不过,网络上频频曝出各类执业考试的考题甚至答案,已经使得人们对于国内相关执业考试的公信力产生了严重的担忧与质疑。

现代社会能够正常运转,倚靠的正是交织密布在社会中的各个专家系统。从司法到财会,再到医师、护理,以及建筑、药剂等日常生活的方方面面,都需要一套标准化的专家系统的存在,方能维持整个社会体系正常运行。而要保证律师、会计师、医生、护士、工程师们能够按照专业水准和职业道德行事,更直白地说,要使得政府、公司、社会团体和个人对上述专业人士保有必要的信任,分属各个不同专业领域的执业考试就成了一个最基本的保障。

因此,一旦这类执业考试本身出现了泄题这样的恶性事件,那么直接导致的后果便是整个社会对于上述领域的专家系统产生质疑乃至严重的不信任。而如果一个社会中的团体或个人不再相信律师和法官,也无法信任会计师和医生,更难以信任工程师和药剂师,那么显然整个社会的公信力就将遭到毁灭性的冲击,整个社会的运转将难以维系。

当然,眼下情况并没有糟糕到这一步。但依然需要指出的是,诸如注册会计师这样的领域,已经出现了一些应考人员放弃备考国内注册会计师考试,而是转向海外类似执业考试的现象。这提醒我们,在全球化如火如荼的今天,如果中国本土的某些执业考试公信力持续下降,公众将会考虑直接抛弃它们。

正是鉴于各个领域执业考试非凡的重要性,诸如注册会计师、注册建筑师、司法考试等类别的执业考试的机密级别都属于国家特级。也就是说,就初衷而言,政府非常明白保证此类考试公平公正的意义。但也恰恰正是在于此类考试的重要性,导致不少利欲熏心之人铤而走险,妄图通过贩卖试题和答案牟取暴利。并且令人失望的是,近年来泄题现象频发,实际上已经表明,这些考试背后早已形成了一条条严密的利益链。根据媒体的报道,在这些利益链中,一些与出题者本人或是与之接近的人员往往扮演着极不光彩的角色,而充斥考生眼球的培训机构则常常以中介的身份进行活动。借助现代科技,这些不法人员牟利手段也可谓多种多样。

相对于窃密能力日渐高明的不法人员,政府的监管力度却未见大的提升。除了在法律上并未将司法考试、注册会计师、注册建筑师等重要的执业考试列入《考试法》的实施范围之外,在一些具体的监管现场,也被媒体多次发现缺乏信号屏蔽设备等低级错误,而在命题、印刷、押运、保存等等上游环节,也时常出现一些莫名其妙的泄题现象。总体上来看,目前的这一套监管机制正在面临溃败的境地,要想扭转这一局面,国家在监管布局上必须做出重大改革,在监管力度上也需要大幅度提升。

当下的中国社会,各类执业考试作考核各个专业领域执业人士的一个基本程序,既维系了社会中各个专家系统的基本公信力,同时也担负着不同年龄、学历、行业及地域的人能够在社会竞争的洪流中多一种选择。尤其是对于不少在学历上未占优势的人而言,如果能够顺利通过考取一类执业考试的资格证书,那么带来的将是人生轨迹的重大改变。因此,严查泄题事件,全面提升监管水准,尽可能地杜绝此类事件的再度发生,对于政府、社会和个人都具有不可替代的重要意义。

北方

作为商品的汽车为何没有“三包”

9月21日,国家质检总局发布了《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(征求意见稿)》,并拟于10月下旬举行听证会。在征求意见稿中,对汽车“三包”作出了规定并征集公众意见。(9月22日《新京报》)

值得注意的是,汽车应当实行“三包”是消费者本来就享有的法律权利。《合同法》规定,质量不符合约定的,应当按照当事人的约定承担违约责任……受损害方根据标的的性质以及损失的大小,可以合理选择要求对方承担修理、更换重做、退货、减少价款或者报酬等违约责任。

《消费者权益保护法》规定“经营者

提供商品或者服务,造成消费者财产损失的,应当按照消费者的要求,以修理、重做、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任。消费者与经营者另有约定的,按照约定履行。”这些法律规定明确或者隐含了对于所有商品,都应当实行“三包”,汽车属于商品,法律规定中没有专门排斥汽车,那么,汽车应实行“三包”。

根据《消费者权益保护法》等法律规定,财政部、国家工商行政管理总局等部门在1995年制定了《部分商品修理更换退货责任规定》,这一规定虽未将汽车列入其中,但这《规定》也明确提到“本规定不免除未列入目录产品的三包

责任和销售者、生产者向消费者承诺的高于列入目录产品三包的责任”。

然而,尽管法律规定很明确,现实的操作却往往不遵守法律逻辑。由于汽车必须实行“三包”并没有写入有关规章和红头文件中,即便是主张要“三包”的人,也在翘首以盼有关部门的规章出台。

如今,国家质检总局准备就汽车“三包”问题举行听证会,并征求公众意见,这是一件好事,这有利于激活法律的规定,有利于维护消费者权益,但在公开博弈的同时,我们更希望公平博弈,就是要真正能吸纳民意。

文/杨涛图/美堂

谁给了茅台“逢节必涨”的底气

“人类已经无法阻止茅台涨价了。”临近国庆,白酒消费的旺季也随之到来,在五粮液和洋河股份宣布提价后,发改委再度约谈茅台等白酒厂家,要求不能再涨价。然而没几天,茅台的市场价格依旧出现了上涨,于是有网友发出了这样的感慨。

茅台已经不是第一次被发改委约谈了。在油价居高不下市场背景下,发改委不去找石化巨头约谈,而是再次对这一高档白酒表现出极大的兴趣,实在是让人丈二和尚——摸不着头脑。这种无关民生的高端奢侈价格的涨跌跌宕,为啥能引起一个部门乃至公众的强烈关注?

当然,对此约谈,经济学家许小年在微博中称为“流氓行为”。有企业家也称,“市场的问题,需要市场解决,违背市场规律的约谈是解决不了的。”也就是说,资源是有限的,而众人的需求是无限的,有限的资源怎么面对无限的需求?用市场的办法来解决,谁出价高,谁就可以得,这就是市场最大的公平。

所以,站在市场的角度看,茅台这样的高端商品,谁有钱谁就可以买、谁就可以喝。茅台涨价属于合理的市场行为,老百姓没有道理说三道四,当然,发改委道德层面的约谈,更是一厢情愿之举。

然而,茅台果真与老百姓没关系吗?问这话有人可能笑了。凡是智力正常的成年人人都知道,除非公款消费,喝茅台的不用买茅台,买茅台的从不喝茅台。这就注定了主要有两种人在买茅台:不花自己钱的人,花自己钱的老百姓。干什么用的?请客送礼。

因此,茅台作为一种高端且有特色的“特殊商品”,消费弹性不大,价格变化对销量的影响小之又小,在这种异化的“刚需”面前,一般价格逻辑必然赋予其“逢节必涨”的能力,也可以说颇有趁“节”打劫的意味。

其实,茅台牵涉的事情今年尤其多。年初,中石化广东分公司巨额公款购买高档茅台酒事件被曝光,接着,又有广东电信员工实名举报高买茅台酒供内部消费。到如今,大家知道了,不仅大国企如此,各部门的餐桌上只要客人达到一定级别,茅台是必备之物。

茅台酒也许是无辜的,但在不规范的权力和畸形消费环境中,民间依然给它起了一个“腐败酒”的绰号,并且与特权、滥用和贿赂联系在一起,于是声名远播的茅台酒成了“涨价酒”、“腐败酒”,一次次在涨价的同时背骂名。

所以,包括茅台在内的白酒企业一次次肆无忌惮地涨价,根源不在于所谓的市场,也不在于发改委狐假虎威的恐吓。这些高端酒企清楚地知道,只要社会权力一天不规范,天价白酒涨价的脚步就一天不会停息,哪怕毁了这坛好酒。

南之

村民失窃报警被扣“和谐奖”



北京顺义区村民赵先生8月份家中被盗后报警,村里扣除了他当月的“和谐奖”奖金。赵先生认为,村委会是想压制村民报案。该村党支部书记则表示,此举目的是让村民提高安全意识,更好地保护自家财产安全。律师称这是对行窃人的放纵,更不利于社会的安定。图/美堂

陈光标开个唱“暴力”了谁

高调的人,做高调的事,引起的反应,往往是两个极端,而且讨厌他的人的反应,一般要比喜欢他的人来得激烈,因为看不顺眼这个人,他做什么都觉得受刺激。陈光标就是这么一个人,他的每一个公众行为,几乎都要招来争议或指责:送钱做慈善、宣布裸捐、砸车宣传环保……这些指责,是否都有道理?值得推敲、斟酌:评价的标准是什么?是个人的好恶,还是公共利益?等等。

陈光标最新的惊人之举,是在贵州毕节的个人演唱会,其实是一次慈善活动,不卖门票,能够“坚持”听完全场的困难群众,可以现场牵走一头羊或猪,陈光标准备了3000头猪和羊,还有多台农用拖拉机。演唱会还没开,有人指责陈光标,“高调的慈善其实是一种暴力”。

慈善赠送,是对特定人群而言,不是暴力,一是看有没有强迫行为,二是看当事人意愿。毕节市民中,喜欢陈光标的,不要猪和羊,也会去捧场,哪怕他唱得五音不全。不喜欢也不讨厌陈光标的困难群众,觉得听他唱几首歌,能牵一只羊回来,很值,他也不会觉得有什么暴力。如果真的很讨厌,受不了他唱歌;或者觉得一只羊抵不过听他唱歌的痛苦,不去就是了,耳不听为静,何暴力之有?

明星大腕开演唱会,不是“暴力”,为什么陈光标开个演唱会就是“暴力”了?就算歌星大腕有暴力水平,我也不一样可以不喜欢,但我再不喜欢也没有权力说人家办演唱会是“暴力”,难道因为陈光标唱歌不专业就是另一个标准了?

国强

“人人都是……”的现实思考

“走转改”活动中,来到大同煤矿集团四台矿采访。在160多米深的井下,问在场矿工:“你们谁是通风员?”周围的工友都笑了,回答说:“我们人人都是通风员。”

地下矿井,最大的安全隐患是瓦斯。只有加强通风,才能防止瓦斯聚集带来危险。同煤集团提出“人人都是通风员”的口号,正是为了强化员工安全意识,形成“人人懂通风”、“人人管通风”的安全工作格局。

职工的参与,是安全生产工作的重要一环。在生产中,操作的规程需要职工遵守,制度的执行需要职工监督,让他们都参与安全管理,对于提升安全意识、形成安全文化,意义重大。“人人都是通风员”,可谓一种安全管理新理念。这一理念的核心,就是把职工发动起来,人人关心、人人参与、人人负责。

人人都可以做的,又岂止是通风员。对于企业,可以“人人都是决策者”;人人贡献企业发展良策,才能凝聚合力。对于社区,可以“人人都是安全员”;安再多摄像头,都敌不过居民的眼睛,群治群防概念从未过时。对于城市,可以“人人都是协管员”;每人都能阻止路人乱闯红灯的脚步,扶起不小心跌倒的老人,城市肯定更有秩序、更加和谐。

不是吗?汶川地震时,救灾总动员员成就“汶川奇迹”,可谓“人人都是救灾者”;从“免费午餐”到“聚蕉行动”,“人人都是慈善家”的实践,更新着公益的形象和观念;个税法修正汇集超过23万条意见,“人人都是立法者”促成个税起征点提至3500元。种种“人人都是”,不断推动民主政治、社会管理前行,成为时代进步的重要生长点。

“人人都是”的背后,是责任意识与参与精神。无论是状告政府信息不公开的公民,还是活跃在社区中的志愿者,甚至是跟帖评论、转载留言的网民,都体现出对社会责任的体认、对公共事务的负责。正因为“人人都是”,社会的发展才既有了可靠的外在支撑,更有了强大的内生动力。

有人会认为,通风涉及矿工自身安危,所以才人人愿当通风员。实际上,社会生活的各个领域,“人人都是”同样关乎每个人切身利益。说到底,每个人可能都会有在街头摔倒的长辈,都可能出门时忘记关上门窗,都可能被拥堵在红绿灯下的十字路口。

更何况,“人人都是”不仅是责任,也是权利。无论是十七大报告提出的“扩大公民有序政治参与”,还是社会管理创新中的“社会协同、公众参与”,“人人都是”的公共参与,是实践“共建”、获得“共享”的基本权利。

另一方面,“人人都是”也需要社会管理者在制度与渠道上的“供给”。同煤集团“人人都是通风员”,有一系列宣传教育、考核方法和实施制度的支撑,所以才深入人心。而人人都可以扮演的其他身份,要真正成为现实的推动力,同样有赖于社会管理者观念创新带来的方式之变、制度之变。

处于复杂而深刻变化之中的中国,无论是社会事务的管理还是公共产品的供给,无论是矛盾冲突的解决还是多层次需求的满足,仅靠政府之力远远不够。“人人都是”因而更有现实意义:增强公民、社会的参与意识,借力使力,形成合力,才能真正完成社会与公民素质的现代转型。

秒秒

“车载菜市场”不一定都在周末

据新华社报道,商务部部长陈德铭日前来到北京航空航天大学社区,调研“周末车载菜市场”的经营情况。陈德铭表示,商务部计划在全国推广周末车载菜市场模式,并希望工商、城管等部门能够支持配合,让“周末卖菜车”能够有正规的场所。

眼下正值秋冬之际,各地的菜价再次出现上涨之势。不过海淀北航社区的居民是幸福的,“周末车载菜市场”为他们提供既廉价又新鲜的蔬菜——青椒1块8、紫甘蓝8毛、西红柿1块8、豆角2块5、圆茄子1块、西兰花4块,若买上一个星期的菜,那可真省不少钱。

我们常说减少蔬菜流通环节的费用,“周末车载菜市场”无疑是典范。车载菜市场的蔬菜由京郊生产基地直供,减少中间流通环节的成本,社区又免去了菜商的租金、管理费等等,最终,市民自然能得到实惠。不过,唯一的不足,这样的“车载菜市场”太少了,全北京才四个,也难怪买菜的队伍总排得老长。

商务部力推“周末车载菜市场”,这是个好消息。在北京,“买菜难、买菜贵”在很多社区存在,这些社区的居民都在盼着“车载菜市场”的进驻,有关部门应正视这样的民意。并且,不妨思路开阔些,一来,“车载菜市场”未必只能周末才有,平时为何不能安排?只要管理得当,露天菜市场未必就是脏乱差的代名词。二来,近郊蔬菜直供社区固然好,但面对北京庞大的人口规模,仅仅依靠近郊蔬菜推动“车载菜市场”,恐怕很难将规模做大,让更多市民受惠。因此,让蔬菜批发市场的外地蔬菜通过车载菜市场低价直供社区,同样是不错的方案。

更要看到的是,“车载菜市场”虽好,却非万能,解决“买菜难、买菜贵”,其实还有着许多工作有待政府去做。

例如,北京这些年来老城区菜市场大量被挤,新城区菜市场建设滞后,菜场作为一项基本生活设施,似乎成了可有可无的东西。现在谈发展“车载菜市场”,可“车载菜市场”再怎么发展,由于天气、场地等限制,它只能是社区菜市场的补充,而非替代。菜场作为城市基本生活设施,还需大力发展,弥补过去的欠缺。

再如,北京现在有许多室内早市,早市本意在便民,但由于仅仅局限早展到中午的时间,给市民尤其是许多上班族带来不便,并且早市占用的房屋,一半时间都闲置,这也是很大的浪费。那么,有关部门是不是考虑一下,把更多早市转化为全天候的社区菜市场。

总之,菜市场,无论是固定的还是流动的,都应大力发展,而且这样的发展不能只是个泛泛的口号,而应写入宜居的指标。北京市提出未来四环内市民步行500米就将有一座地铁站,地铁建设如此重视,事关市民菜篮子的菜市场建设是否也能如是呢?

冬则