

应对台风“小题大做”也无妨

无论何时保证生命安全都是头等大事,政府付出一万分的努力来预防万一,正是政府危机意识提高的表现。

>>头条评论

□本报评论员 刘红杰

经历了数日的紧张备战,台风“梅花”与山东擦肩而过。有人抱怨:气象台危言耸听,政府小题大做,台风忽悠了老百姓。事实真是这样吗?笔者认为不然,为应对台风,政府布置的防范措施并非多余。

自“梅花”诞生以来,沿海各省严阵以对,几十万人

被转移,几百个航班被取消,各种各样的预警纷至沓来,数万艘渔船停港避风,沿海幼儿园停课……在一系列的准备活动后,“梅花”似乎并没有想象中那样凶神恶煞地重创各地,这让一些人有了“踏空”的感觉,认为政府言过其实,小题大做。

但笔者以为,无论何时保证生命安全都是头等大事,政府付出一万分的努力来预防万一,正是政府危机意识提高的表现。

在一个探索节目中,讲

一个岛屿有个活火山,随时可能喷发,但因为科技水平限制,科学家预测火山喷发的准确度最多也就一成。到底要不要在每次预报之后就疏散民众呢?最后结论是,为了人的生命财产安全,哪怕疏散10次只有一次避过火山喷发的危害也是值得的。

负责任的决策者不能把自己的面子置于百姓的安危之前,更不能拿生命当儿戏。在这个意义上,即便政府“小题大做”,也是应该的。

事实上,据民政部网站消息,受“梅花”影响,8月4日以来,辽宁、上海、江苏、浙江、山东部分地区遭受大风和强降雨袭击,导致5省(市)29市183个县(区、市)不同程度受灾。据国家减灾委办公室统计,截至8月8日16时,364.98万人受灾,135.3万人紧急转移安置,房屋倒塌600余间,损坏4800余间,直接经济损失31.28亿元。

如果政府没做到高度重视,受灾的人数和损失绝不止这么多。到时候,免不了有

人会有另一番抱怨和指责。

在各省多年的抗台风经验中,做好相应的准备,把损失降到最低是最有效的。因为,台风是一种气旋,随时变换风向与风速,气象台预报的只是它的一种最新动向。现代科学技术的发展现状,决定了人类还不能完全掌握天气气候变化的规律,预报的准确率与人们的需求还有一定差距。不但国内如此,国外亦如此。只要台风“有可能”光临我们这个地方,政府就应当紧张一

些,重视一些。这样才能让民众多少提高灾害意识,万一真的有灾难降临到我们头上,才会尽可能地降低损失。试想,如果政府不重视,民众的防灾意识也弱到极点,各种防灾措施更是不堪一击,那么,哪怕台风十次“忽悠”我们,但有一次真的来了,我们也会付出最惨重的代价。

宁可事后听骂声,决不事后听哭声。在台风面前,“小题大做”的防灾思路值得我们鼓掌喝彩。

>>世风眉批

只舍不入

一日,到一家国有银行取款,取出本金,利息是25.78元。工作人员只给了我25.70元,8分的零钱舍去了。本想与工作人员理论一番,但一想,算了。这时,邻近服务台传来一位老人的声音:“我的利息38.46元,你们只给我38.40元,6分钱凭什么舍去?”工作人员尴尬地又给了老人1角钱。只舍不入,并非不会算账,只是心底的天平没摆正。(王秀水)

抓大放小

上班族没时间做早餐,一般都习惯在路边早餐店买点吃的喝的对付一下,其中一般少不了豆浆。但这些豆浆是现磨的,还是豆浆粉冲出来的,食客不知道,也看不到哪个部门在管。

现在人们普遍有品牌情结,平时更关注大品牌,如果大品牌的产品出了问题,抨击和追究的力度也更大,事情出来后,食品安全部门也会予以关注。相比之下,路边店卖的东西,关注的人不多,如果有问题,消费者一般也懒得去追究,有关部门也多半无暇顾及,很少去查。

在食品安全上,别只盯着西瓜忘了芝麻,因为吃芝麻的人也许更多。(郭鑫)

■本栏目投稿邮箱:
shifengmeipi@hotmail.com

“不讲卫生”的肯德基被谁惯坏了

公共专栏

□单士兵

在肯德基尚未走出“豆浆门”之际,这家企业前员工和兼职员工日前又曝光很多让人触目惊心的卫生问题,据《证券日报》报道——在肯德基后厨里,用于炸鸡的油4天才更换一次,其间每晚把油渣滤掉后第二天继续使用;鸡在水里简单过一遍还滴着水就直接裹面了,洗鸡的水浑浊了也无人更换;按规定应炸7分钟的鸡翅不到4分钟就被捞出来,工作人员常把过时食品随意更改日期再继续卖给顾客……

不仅仅是肯德基,在中国消费者面前,最近很多洋快餐似乎在集中示丑。比如,与肯德基看上去很有“兄弟相”的竞争对手麦当劳,也卷入了“面包门”,同样暴露出种种令人不堪的卫生问题。肯德基与麦当劳这种洋快餐巨头出现如此丑陋的变脸,一定会让很多中国消费者觉得,肯德基门前那个外国老头笑容里包裹的并不全是善意与温暖,从而感叹“鬼子来了”之后的掠夺真是很可怕。

当然,有些洋快餐只能算是“假洋鬼子”,比如,用猪骨汤精勾兑面汤的味千拉面,据说在日本只有一家店面。只不过,戴上洋品牌的面具,就能轻易骗取许多中国消费者的信任。类似丑闻还有很多,比如美国品牌DQ冰淇淋是用国产冰淇淋加工的,“进口果酱”只是由天津产的。打着洋品牌的旗号装神弄鬼的事,在其他行业也发生过。前些天在家居市场流滴的“达芬

奇的眼泪”,更是让人们知道达芬奇家具只不过是一种“意大利谎言”罢了。

种种洋品牌问题频出,已经传递出一种强烈的警示信号,那就是消费者必须从对洋品牌的质量迷信中走出来,不要以为洋品牌在给我们提供商品的时候,身上就一定流淌着道德的血液。在一个开放的时代,是不应该轻易排外的,但这也并不意味着就要掉进崇洋媚外的消费陷阱。越是开放,就越要独立,这种意识同样应该体现在我们的消费心态中。从频繁出现的洋品牌质量危机中,我们应该反思的是,是谁给了这些洋品牌甚至是“假洋鬼子”坑蒙拐骗的机会。

还是应该从我们自身进行检讨。事实上,很多洋品牌在其本土都是老老实实、遵纪守法的。但到了中国之后,就逐渐变得一脸傲慢,仗着店大欺客,连起码的卫生问题都搞不好了。这背后不仅有国产商品不争气、国人对洋品牌盲目推崇的原因,更重要的是,一些地方或部门在洋品牌引进与监管上一路绿灯,甚至实行免检,以超国民待遇养肥这些企业后,让其逐渐暴露出资本无耻贪婪的一面。

揭开长期缺乏监管的一些洋品牌的面具,现在露出了一脸肮脏,让人们感叹“鬼子来了”的可怕,更应该让人们明白市场不相信眼泪。中国食品安全问题之所以长期乱象纷呈,也就是因为滋生于杂草丛生的市场环境。而失去公平竞争与法治保障的市场秩序支撑,不论是国产的还是外资的,都只会处于监管失灵的状态,都会掉进劣币驱逐良币的投机陷阱。而最后为之买单的,却只能是无辜的消费者。

>>热议

“街净哥”是局长

在河南商丘顺天小区附近的马路上,5个月来,清晨总有一个50多岁的男子携妻子以捡垃圾的方式晨练。该男子被网友发到网上,并被亲切地称为“街净哥”。其实,这位“街净哥”的真实身份是商丘市城管局副局长轩敬杰。(8月8日新华网)

以平常心看待

当前,我觉得为官者真的要去做与众不同的事情,特别难。不接近社会底层,群众会说这些官员高高在上,脱离了群众;若做些实事,又被批判为作秀,郑州市代市长吴天君赤脚排涝被指责为作秀,商丘被称为“街净哥”的商丘市城管局副局长轩敬杰,也难逃作秀的指责。

当公众对于官员的任何异样举动,都投以怀疑的目光时,一些真心实意为老百姓

做事的官员,就可能被误伤。其实,对于“街净哥”这种善举,我们不妨只当成一个公民的个人行为。当很多市民连乱扔垃圾都不以为耻的时候,若看到“街净哥”,就相当于在照一面镜子,提醒自己珍爱环境。如果把“街净哥”的行为看成个人行动,以平常心来对待,不大惊小怪,不与他的政绩联系起来,即使是在作秀,又有什么不可以呢? (刘敬文)

“街净哥”很可爱

“街净哥”的可爱在于他的躬身践行。轩敬杰之所以被网友强烈关注和议论,关键在于他的身份和职业,在很多人的眼里,官员多半是坐而论道的指挥者,“当官的动动嘴,当兵的跑断腿”便是人们的形象比喻。人们听惯的是官员的高谈阔论,看惯的是官员的吆五喝六,对官员从事只有下里巴人才会干的“捡垃圾”之类的下贱小

活,打死也难以置信。而“街净哥”就是放下了官员的架子,干起了“清洁工”的行当。这种“转变作风”,没人“布置”,没有“文件”,只有心甘情愿,而且一干就是5个月。推动社会公益,需要呐喊者,也不乏批评家,但更需要践行者,从我做起,从小善做起,躬身实践,身体力行,这便是“街净哥”给社会尤其是官员们的启示。(张玉胜)

这样的“街净哥”太少

对于一名官员几个月以来兢兢业业早上捡垃圾的一面,既要看到其鲜明闪光的一面,也要看到这种值得称赞的行为本身也是社会公德、官员官德的一个基本“底线”。但在现实生活中,又恰恰是大量的公民或部分官员,没有遵循最基本的社会公德底线。在城市中,时不时可以看到不文明不礼貌行为,乱吐痰、乱扔杂物,不遵守交通规则等,在官员群体中,“当和尚撞钟者”、不尽心

尽职者,一些“懒官”就连上车开门、下雨打伞也不屑为一举,甚至完全背离道德情操违法乱纪者……正是因为大量的人丢掉了最基本的道德标尺,或没有尽到公民的责任义务,或“官架子十足、牛气烘烘”,才是让人感觉到“街净哥”真实、可敬的主要原因。人们往往喜欢对比,一个原本并不算轰轰烈烈的大事的“街净哥”事件,受到公众和网民热捧恰恰折射出这类官员相对稀缺。(毕晓哲)

最好的柔性管理

轩敬杰通过捡垃圾晨练的方式将个人事务与工作结合起来,达到兼顾个人体面增强与街道得到净化的双重效用,这种敬业精神与社会责任无疑值得所有的政府部门官员与工作人员学习。而从另一方面看,像轩敬杰这样作为城管部门领导干部晨练时捡垃圾,也会使不少的小摊小贩们心里受到

触动。现在不少地方的城管部门都在推行柔性执法,注重城管执法的人性化,而笔者以为,像轩敬杰这样作为城管部门领导干部晨练时捡垃圾,并进而对小摊小贩起到触动作用,促使其进一步提高爱护环境的意识,这实际上就是一种最为有效的柔性管理方式。(魏文彪)

■本版投稿邮箱:zhangjinling@qlwb.com.cn

成品油价格为什么“易涨难落”

>>经济时评

□彭兴庭

国际油价上周暴跌超过9%,但国内成品油价格依然维持在历史最高位。发改委规定,国内成品油价格调整必须同时满足两个条件,一是连续22个工作日,二是国际市场三地原油价格移动平均价格变化超过4%。发改委称,国际油价下降幅度虽超过了4%,但目前调价参考的三种原油平均价格仍高于4月7日国内成品油调价时价格水平,所以国内成品油价格暂不具备下调条件。(《广州日报》8月8日)

按目前规定,国内成品油的出厂价,主要是“盯住”布伦特、迪拜和米纳斯三地原油价格,再加上炼油成本和成本利润率确定。这一定价机制虽然在一定程度上“与国际接轨了”,定价依据

也透明了,而且,表面上看,价格水平由政府公布中准价,两大集团具体制定,政府似乎也放权了。但是,这一价格调整机制存在时间上的滞后,无法及时灵敏地反映市场变化。这种透明滞后的定价机制,刺激了投机需求,干扰了正常的市场秩序,造成了市场机会的不公平。

石油价格易涨难落,与这些年国际原油价格的上涨刚性是不不开的。按道理,作为发展中国家,国内成品油的定价机制应该适时缓解这种冲击,但令人遗憾的是,现行定价机制不但没有起缓冲作用,反而助纣为虐,在石油价格上涨的盛宴中“与民争利”。举个简单的例子,以每桶80美元为基准价,上涨4%,即达到83.2美元/桶时,发改委考虑价格上调;若以83.2美元/桶为基准价,则必须下跌4%即跌至79.872美元/桶以下时(而不是80美元以下),政府才会考虑调价。

这种上涨和下跌的不对称性,虽然看似不大,但在国际原油价格波动频繁且敏感的情况下,却存在放大效应。再说,这个数据时刻影响着国内油价的涨与落,与千千万万老百姓的切身利益联系在一起,岂能如此不公平?

按道理,如果是一家竞争性企业面临进口价格上升,首先想到的应该是降低企业的运作成本,万不得已才会提高价格。“垄断”的大树底下好乘凉,面对国际原油价格的上涨,国内油企似乎从来都是“无所作为”。在“舍我其谁”的现状中,油企何时曾考虑过降低运营成本的可能性?该喝的天价茅台一瓶都不能少,该挂的天价吊灯就得挂,当然,领导的坐骑、员工的福利等等也不能含糊。不管外面刮风下雨还是晴空万里,石油企业的工资福利奖金“只涨不落”。这是一个正常的企业吗?在这种情况下,油价降下来吗?

石油价格到底涨还是跌,在两大石油巨头主宰市场的格局中,也很容易被利益集团操控。如今的高速公路加油站,基本上都被中石油、中石化垄断着,几乎没有竞争对手,中石油、中石化自行降价的可能性自然不可能存在。尽管发改委也象征性地下调过几次成品油价格,但在许多地方,油价下跌的空间往往被垄断力量策略性地“大事化小”甚至“化无”。

有效的石油定价机制,应以有效的市场竞争为前提。在现有“石油巨头”的双寡模型中,政府对石油价格的监管根本就值得怀疑。美国经济学家斯蒂格勒有一个著名的“俘获理论”,政府对垄断行业的价格监督,“反而对价格起到了推升的作用”。在国内石油市场中,是不是也存在这种管制者被石油生产企业“俘获”的事实呢?